

Juridisk Årbog Forbrugerstyrelsen 1990

Juridisk Årbog 1990
Forbrugerstyrelsen
Amagerfælledvej 56
2300 København S.
Telefon: 31 57 01 00

ISSN 0905-2860
ISBN 87 7408 413 5

Tryk: Johnsen+Johnsen a/s,
Grafisk Produktion

Indholdsfortegnelse

	Forord	5
1.	Oplysninger om udvalgte sagsområder •	7
1.1.	Bevisbyrdeproblemer m.v. i forbindelse med misbrug af DANkort	7
1.2.	Køb på bilauktioner. Hæfter auktionsfirmaet for køberens mangelskrav?	9
2.	Lov om markedsføring	13
	Register til sager vedrørende markedsføringsloven	13
3.	Lov om betalingskort	16
	Register til sager om betalingskortloven	16
4.	Afgørelser fra Forbrugerklagenævnet af almindelig interesse	79
4.1.	Husholdningsapparater, radio/TV, elektronik, isenkram	79
4.2.	El, gas, vand, varme og telefon. Diverse ydelser vedr. fast ejendom	88
4.3.	Tekstiler (beklædnings- og boligtekstiler). Skind	90
4.4.	Fodtøj	97
4.5.	Møbler	97
4.6.	Cykler, knallerter, sports- og fritidsudstyr	101
4.7.	Foto, ure, optik, smykker	102
4.8.	Motorkøretøjer	106
4.9.	Transport og Flytning	109
4.10.	Musikinstrumenter, grammofonplader, koncerter	114
4.11.	Aviser, ugeblade, tidsskrifter, bøger	115
4.12.	Øvrige sager	117
	Bilag vedr. Forbrugerombudsmanden	121
A.1.	Lovbekendtgørelse nr. 55 af 28. januar 1987 om markedsføring	123
A.2.	Lov nr. 307 af 16. maj 1990 om ændring af lov om markedsføring	127
B.	Bekendtgørelse nr. 542 af 10. august 1989 om regler for Forbrugerombudsmandens virksomhed	129
C.	Rigsadvokatens meddelelse nr. 7/75 af 8. juli 1975 vedrørende sager om overtrædelse af lov nr. 297 af 14. juni 1974 om markedsføring	131
D.	Lov nr. 284 af 6. juni 1984 om betalingskort m.v.	135

E.	Bekendtgørelse nr. 630 af 14. december 1984 om registrering, erstatningsmaksimering og gebyrer m.v. i medfør af betalingskortloven	141
F.	Bekendtgørelse nr. 635 af 18. december 1984 om anmeldelse og oplysningspligt i henhold til lov om betalingskort	143
G.	Forbrugerombudsmandens bekendtgørelse af 4. april 1986 om gebyrer for udskrifter og fotokopier af oplysninger fra Forbrugerombudsmandens betalingskortregister	145
H.	Fortegnelse over gældende retningslinier, brancheaftaler m.v.	147
	Bilag vedr. Forbrugerklagenævnet	151
I.	Lovbekendtgørelse nr. 282 af 10. maj 1988 om Forbrugerklagenævnet	153
J.	Bekendtgørelse nr. 541 af 10. august 1989 om forretningsorden for Forbrugerklagenævnet	157
K.	Bekendtgørelse nr. 793 af 15. december 1988 om Forbrugerklagenævnets virksomhedsområde	161
L.	De særlige regler i retsplejeloven om forbrugersager	163
M.	Retsafgiftslovens § 9	165
	Juridisk register til afgørelser fra Forbrugerklagenævnet	167

Forord

1989 blev det første år, hvor Forbrugerstyrelsens juridiske sektion udførte sekretariatsopgaver for såvel den samlede styrelse som Forbrugerombudsmanden, Forbrugerklagenævnet og Statens Husholdningsråd.

Pr. 1. april 1989 blev de tidligere sekretariater for h.h.v. Forbrugerombudsmanden og Forbrugerklagenævnet integreret på de to gamle adresser, således at alle aspekter af forbrugerjuraen inddrages i sektionens sagsbehandling.

Ved behandlingen af sager efter markedsføringsloven og forbrugerklagenævnsloven foregår en problemopfangning, som anvendes i styrelsens informationsvirksomhed og er af betydelig værdi for det fremtidige lovgivningsarbejde. Samtidig fungerer den viden, sagsbehandlerne får igennem deres behandling af de konkrete klagenævns-sager, som et godt grundlag for prioriteringen af sager, der bør tages op efter markedsføringsloven.

Som led i strukturomlægningen af Industriministeriet blev hovedparten af det forbrugerrettede lovgivnings- og bekendtgørelsesarbejde i løbet af 1989 overført fra ministeriet til Forbrugerstyrelsen.

Juridisk sektion har i det forløbne år brugt kræfterne på at etablere sig og på at udføre de mest påtrængende opgaver. Denne anden udgave af Forbrugerstyrelsens juridiske årbog indeholder hovedsagelig Forbrugerombudsmandens og Forbrugerklagenævnets afgørelser, men også enkelte af de nye arbejdsopgaver er beskrevet.

1. Juridiske Kontor

Bredgade 31, 1.
1260 København K
Tlf. 33 13 87 11
Telefax 33 93 96 98

Postadresse:
Forbrugerstyrelsen
Postboks 1066
1016 København K

2. Juridiske Kontor

Axeltorv 6, 4.
1609 København V
Tlf. 33 91 24 66
Telefax 33 91 05 83

Postadresse:
Forbrugerstyrelsen
Postboks 1066
1016 København K

1. Oplysninger om udvalgte sagsområder

1.1. Bevisbyrdeproblemer m.v. i forbindelse med misbrug af Dankortet

I dagspressen var omtalt en række tilfælde, hvor Dankort-indehavere hævdede, at der uberettiget på deres konti er foretaget Dankort-hævninger, uden at Dankortet har været mistet eller overladt til andre.

Det fremgik, at der i offentligheden var stor uklarhed over, hvilke bevisbyrder regler m.v. der regulerede disse spørgsmål.

Brug af Dankort ved hævetransaktioner, f.eks. i kontantautomater, falder generelt uden for betalingskortlovens regulering. Reglerne om ansvarsbegrænsning ved andres misbrug anvendes dog imidlertid også, når et misbrug af Dankort har fundet sted i form af hævetransaktioner.

Indledningsvis bemærkes, at man generelt taler om bevisbyrde som et spørgsmål om, hvem af parterne det skal komme til skade, hvis der ikke foreligger det tilstrækkelige bevis for et forhold.

Fire forskellige regelsæt kan komme på tale i forbindelse med de pågældende transaktioner:

- a) Er der tale om systemfejl (betalingskortlovens § 22)
- b) Er der tale om misbrug (§ 21 og kortholderreglerne)
- c) Er der tale om egen brug (de almindelige obligationsretlige regler)
- d) Er der tale om et falsk kort (straffereglerne og reglerne om falskindsigelse).

Vanskelighederne i forbindelse med de pågældende sager består i at afgøre, under hvilket af de fire regelsæt forholdet skal henføres.

Betalingskortloven indeholder i § 22 én klar bevisbyrde regel. Kortudsteder skal bevise, at der ikke er tale om systemfejl.

Når denne bevisbyrde er løftet, afgøres spørgsmålet om, hvilket af de øvrige regelsæt der skal anvendes efter de almindelige ulovfæstede bevisregler.

Betalingskortloven indeholder i § 22 ansvarsregler i forbindelse med tab, der skyldes fejlregistrering, konteringsfejl, tekniske sammenbrud eller andre lignende omstændigheder. I § 22, stk. 4, fastsættes, at kortudsteder har bevisbyrden for, at betalingstransaktioner ikke skyldes de nævnte omstændigheder.

§ 22's ansvarsområde er imidlertid meget begrænset. Det fremgår af motiverne, at bestemmelsen alene vedrører ansvaret for manglende eller fejlagtig registrering af betalingstransaktioner, der er accepteret eller påbegyndt af betalingssystemet, men ikke gennemført korrekt.

§ 22, stk. 4, indebærer, at kortudsteder pålægges at kunne føre bevis for, at enhver betalingstransaktion, der fremgår af kontoudtog el.lign., faktisk har fundet sted. Temaet, der skal bevises, er navnlig, at betalingsmodtager har modtaget betalingen, og at konteringen har været korrekt.

Der er således tale om forhold inden for betalingssystemet, hvilket er baggrunden for, at man har fundet det forsvarligt at foreskrive omvendt bevisbyrde.

Det er uvist, hvilke krav der stilles til beviset. Det er et åbent spørgsmål, om f.eks. udskrift af en betalingsterminals kontrolregister, der angiver, at PIN-kode korrekt er indtastet, altid vil være tilstrækkeligt.

Først når der er fremskaffet det tilstrækkelige bevis for, at der ikke er tale om en § 22-situation, opstår spørgsmålet, om der tilkommer kortudsteder et krav imod kortindehaver efter de ovenfor under punkterne b)-d) refererede regelsæt.

Betalingskortloven indeholder i § 21 regler om ansvarsfordelingen ved uberettiget brug af betalingskort. Reglerne vedrører alene uberettiget brug af ægte betalingskort. Misbrug af falske betalingskort er ikke omfattet af loven om betalingskort.

§ 21 indeholder ingen udtrykkelige regler om bevisbyrden i tilfælde, hvor det er omtvistet, om det er kortindehaver selv eller en uvedkommende tredjemand, der har gjort brug af kortet.

I disse situationer vil der ofte være en mere eller mindre begrundet mistanke om, at kortindehaveren selv eller personer i dennes omgangskreds har misbrugt kortet. Det vil imidlertid ofte ikke være muligt at opnå domfældelse, selv om der foreligger misbrug fra tredjemands side. Strafferettens bevisbyrder regler stiller krav om meget høj grad af bevismæssig sikkerhed, for at domfældelse kan ske.

En afklaring af, hvad der er passeret, vil ofte fordre, at der rettes beskyldninger imod tredjemand, og dette kræver, at strafferetsplejens strenge beviskrav er opfyldt.

Forskellen mellem de strafferetlige og de civilretlige beviskrav rejser således et særligt problem for kortudstederne.

Efter de almindelige bevisbyrder regler påhviler bevisbyrden som udgangspunkt kortudstederen, hvis han hævder, at kortindehaveren selv har foretaget den omtvistede brug af kortet, eller han har overladt det til en anden og godkendt eller billigt transaktioner begået af denne.

De almindelige bevisbyrder regler er imidlertid ikke ufravigelige regler med alt-eller-intet-karakter. De åbner tværtimod adgang for domstolene til efter et skøn at overføre bevisbyrden i de konkrete sager til den anden part, således at der kan tages hensyn til de konkrete omstændigheder i den enkelte sag. Såfremt en part har sandsynliggjort et omtvistet forhold, vil de almindelige bevisbyrder regler kunne indebære, at den anden part får bevisbyrden for at vælte det første »bevis« (såkaldt uægte bevisbyrde).

Oplysning om, at PIN-koden har vært anvendt, det meget ringe antal tilfælde, hvor der rejses tvivl om konteringernes rigtighed, samt om sikkerhedssystemet i Dankort-systemet i øvrigt, vil kunne medføre, at forbrugeren pålægges en sådan »uægte« bevisbyrde, idet han – igennem forklaring i retten eller på anden måde – må sandsynliggøre, at han ikke har brugt kortet. Der er ingen forskrifter om, hvilken vægt de enkelte bevisdata skal tillægges ved sagens vurdering.

De mange skriverier i dagspressen indebar, at PBS ændrede deres procedurer således, at alle kunder, der ikke kunne vedkende sig hævninger, og som afgav tro-og-love erklæringer derom, fik tilbageført de omtvistede beløb. PBS foretog herefter standardmæssigt en politiuundersøgelse. Såfremt politiet efter en undersøgelse måtte henlægge sagerne som uopklarede, ville pengeinstitutterne endeligt bære tabet.

PBS forbeholdt sig dog at opkræve en erstatning svarende til det maksimumsbeløb på 5.000 kr., der er fastsat ved bekendtgørelse i henhold til betalingskortlovens § 21, såfremt en undersøgelse viste, at kunden i sin opbevaring af kort og PIN-kode havde handlet groft uagtsomt.

Denne praksis gav anledning til en del kritik, idet § 21's ordlyd slet ikke omhandler opbevaring af PIN-koden. Flere kendelser fra Pengeinstitutankenævnet, der dog ikke var enstemmige, fandt imidlertid, at bestemmelsen i § 21, stk. 1, nr. 1, også omfatter den uagtsomhed, som består i, at kortindehaveren har opbevaret en seddel med PIN-koden samme sted som Dankortet.

1.2. **Køb på bilauktioner. Hæfter auktionsfirmaet for køberens mangelskrav?**

Forbrugerklagenævnet har inden for de sidste par år fået forelagt tre sager vedrørende biler købt på bilauktioner. I alle tre sager var bilerne behæftet med mangler, og det spørgsmål, der skulle tages stilling til var, om køberen kunne gøre sit mangelskrav gældende over for auktionsfirmaet, eller om han måtte holde sig til indsætteren (sælgeren).

I tidligere domspraksis vedrørende spørgsmålet er der lagt vægt på, om auktionsfirmaet forinden salget har oplyst køberen om indsætterens identitet. I en dom fra 1965 fra Østre Landsret vedrørende salg på auktion af en maskine var sagen blevet anlagt mod indsætteren. Retten udtalte, at da den omhandlede maskine var solgt af Københavns Maskinauktioner i eget navn og uden angivelse af auktionsrekvirenten, forelå der et kommissionsforhold. Det fulgte heraf, at sagsøgeren efter kommissionslovens § 56, stk. 1, alene havde en fordringsret overfor dette firma, hvorfor søgsmålet ikke kunne rettes mod indsætteren. (U.f.R. 1965/564Ø)

I alle de tre sager, hvori Forbrugerklagenævnet har truffet afgørelse, er bilerne købt på en af landets store bilauktioner, i hvis auktionsvilkår det bl.a. anføres:

»...

1. Sælger klassificerer bilen i en af 4 kategorier, der udelukkende omfatter motor, gearkasse og bagtøj.

A+ perfekt fejl- og lydfri

A fuld funktionsdygtig, lettere, ubetydelig støj eller slidtage accepteres

B delvis funktionsdygtig, kraftig støj eller slidtage

C ikke funktionsdygtig

Klassificeringen er kun gældende ved budsum over 3.000, altså

første gang ved kr. 3.050. Sælger afgør, i hvilken kategori, vognen skal fremstilles. Er en vogn fremstillet i for høj kategori, kan køber frit annullere handelen, såfremt køretøjet tilbageleveres inden 1 time efter auktionens ophør, men har overfor auktionen ikke yderligere krav på erstatning, og sælger må i så fald betale såvel købs- som salgssalær.

Har køber ladet et køretøj indregistrere, bortfalder reklamation retten. Herudover sælges bilerne i den stand, de forefindes ved hammerslag og henstår fra hammerslaget for købers regning og risiko, og køber bærer den fulde risiko for bilens stand, også for så vidt gælder sikkerhedsmæssige fejl. Den højestbydende er køberen. Tvivlsspørgsmål afgøres af auktionslederen, evt. kan nyt op-råb finde sted.

c 20. Det understreges, at dba kun står som formidler af salget, men at salget er en juridisk transaktion mellem køber og sælger, og at evt. erstatningskrav m.m. er dba's medlemmer uvedkommende og må ske ved direkte henvendelse fra køber til sælger.

d 21. Salget sker iøvrigt uden ansvar for auktionslederen og auktionsholderen.

...«

(dansk bilbranches auktionsholderforening)

I den første sag, hvori afgørelse blev truffet i foråret 1988, hævdede forbrugeren, at han først havde fået udleveret disse vilkår ved første reklamation, mens auktionsfirmaet oplyste, at vilkårene var ophængt ved siden af podiet og lå på skranken ved indskrivningskontoret. Der var endvidere på auktionskatalogets forside trykt et uddrag af auktionsbestemmelserne, der ligeledes blev gennemgået af auktionarius inden auktionen.

Forbrugeren krævede to dage efter leveringen overfor auktionsfirmaet købet hævet under henvisning til, at bilen var behæftet med en række væsentlige mangler. Forbrugeren ønskede ikke at medindklage indsætteren. I sin afgørelse tilkendte Forbrugerklagenævnet som følge af mangler ved bilen forbrugeren et forholdsmæssig afslag i købesummen under henvisning til købelovens § 77, stk. 2, jfr. stk. 1, 2. pkt. Nævnet lagde sig i øvrigt tæt op ad dommen fra 1965 og udtalte:

»Da bilen er solgt af indklagede (auktionsfirmaet) i eget navn og uden angivelse af auktionsrekvirenten, foreligger der efter nævnets opfattelse et kommissionsforhold. Forbrugeren kan derfor efter kommissionslovens § 56, stk. 1, gøre sit krav gældende overfor auktionsfirmaet. Nævnet tilsidesætter således forbeholdet i auktionsbetingelserne pkt. 20 og 21« (j.nr. FKN 87-80-121)

I 1989 har Forbrugerklagenævnet på et og samme møde truffet afgørelse i to sager, hvori problemstillingen var ganske den samme, og hvor de samme auktionsvilkår var anvendt.

I disse to sager ville nævnet ikke tilsidesætte auktionsbetingelsers § 20, hvorefter auktionsfirmaet kun stod som formidler af salget, og eventuelt erstatningskrav m.v. måtte rettes direkte mod sælgeren. Nævnet lagde derimod vægt på, om det kunne godtgøres af auk-

tionsfirmaet, at forbrugeren tilstrækkelig tydelig var gjort opmærksom på dette vilkår, således at det var blevet en del af aftalegrundlaget.

I den *første* af de to sager fra 1989 forklarede forbrugeren, at hun ikke var blevet bekendt med auktionsbetingelserne inden købet. Hun var først kommet ind i auktionslokalet, da den bil, hun købte, var blevet råbt op. Hun havde således ikke hørt auktionsbetingelserne blive læst op i uddrag og var ikke klar over, at de var slået op ved podiet, hvor hun ikke kunne se dem på grund af de mange mennesker i lokalet.

Nævnet udtalte i denne sag, at da købsaftalen var indgået på en frivillig auktion afholdt af auktionsfirmaet som selvstændig erhvervsdrivende, og da forbrugeren havde afgivet sit auktionsbud overfor auktionsfirmaet, hvis navn alene figurerede på salgsskiltet, måtte købet anses for indgået i auktionsfirmaets eget navn, medmindre forbrugeren måtte forstå, at købet blev indgået med en anden som part.

Det var Forbrugerklagenævnets opfattelse, at forbrugeren ikke havde kunnet forventes på forhånd at have kendskab til forholdet mellem auktionsfirmaet og indsætteren. Nævnet fandt endvidere ikke, at auktionsfirmaet havde godtgjort, at forbrugeren før køkets indgåelse klart var blevet gjort bekendt med vilkåret i auktionsbetingelsernes § 20 eller på anden måde tydeligt var blevet oplyst om, at auktionsfirmaet ikke handlede i sit eget navn, men som fuldmægtig i en fuldmagtsgivers navn.

På denne baggrund fandt Forbrugerklagenævnet, at forholdet måtte bedømmes som et kommissionsforhold med auktionsfirmaet som kommissionær, således at forbrugeren kunne gøre sine krav i anledning af købet gældende mod auktionsfirmaet i medfør af kommissionslovens § 56, stk. 1. Det fulgte samtidig af denne bestemmelse, at forbrugeren ved den indgåede aftale ikke havde erhvervet noget krav mod indsætteren.

Auktionsfirmaet kunne i øvrigt ikke påberåbe sig den korte reklamationsfrist på 1 time, som var angivet i auktionsbetingelserne, allerede fordi dette ville stride imod købelovens § 81. (j.nr. FKN 87-80-121)

I den *anden* sag var det erkendt af forbrugeren, at han var bekendt med vilkåret om, at auktionsfirmaet alene stod som formidler af salget. Under disse omstændigheder måtte købet anses for indgået med indsætteren som sælger, og forbrugeren kunne derfor alene gøre sit mangelskrav gældende mod denne, uanset at indsætterens navn først blev oplyst af auktionsfirmaet i forbindelse med forbrugerens reklamation. Indsætteren var i øvrigt gået konkurs. (j.nr. FKN 88-80-351)

Den 18. januar 1989 blev der ved retten i Århus afsagt dom vedrørende samme spørgsmål i en sag rejst mod Dansk Automobilbørs Århus A/S. Ved dommen blev Dansk Automobilbørs Århus A/S frifundet for sagsøgerens krav med følgende begrundelse:

»Når sagsøgeren var på det rene med, at den købte bil ikke tilhørte sagsøgte selv, og når auktionsbetingelserne klart beskriver

sagsøgtes rolle som en ren formidler af handelen mellem sælger og køber, må de efterfølgende kontraktsretlige forhold, der kan opstå i forbindelse med købet være et mellemværende mellem sælger og køber. Den omstændighed, at sagsøgte som formidler foretager visse praktiske ting, såsom modtagelse af betaling og videresendelse til sælger og modtagelse af eventuelle reklamationer indenfor 1 times fristen kan ikke gøre nogen forskel heri ...»

Auktionsfirmaet var i øvrigt gået ind i en reklamationsdrøftelse med sagsøgeren og havde først under retssagen henvist til sælgeren og oplyst dennes identitet. Dette fandt retten ikke afgørende for domsresultatet, men fandt alene, at det forhold, at sagsøgte uden rimelig grund havde forholdt sagsøgeren oplysning om identiteten på sælgeren til efter, der var anlagt retssag og således ved sin egen adfærd havde givet anledning til, at der overhovedet var blevet rejst sag mod ham, måtte medføre, at omkostningerne mellem parterne ophævedes. Dommen er anket til Vestre Landsret, men landsrettens afgørelse foreligger endnu ikke.

2. Lov om markedsføring

Register til sager vedr. markedsføringsloven

2.	Lov om markedsføring	13
2.0.	Vedr. lovgivningsarbejde	17
2.1.	Markedsføringslovens anvendelsesområde. § 1	18
2.1.1.	Overtrædelse af markedsføringslovens § 2 forældet efter straffelovens regler	18
2.1.2.	Pressemeddelelse omfattet af markedsføringsloven	18
2.1.3.	Grænseoverskridende reklame	19
2.2.	Generalklausulen. § 1. Urigtige, vildledende, urimeligt mangelfulde og utilbørlige angivelser. Vildledende og utilbørlige fremgangsmåder. § 2	19
2.2.1.	Særlige metoder i forbindelse med ordreoptagelse. Negative salgsmetoder. Forbrugeraftaler	19
2.2.1.1.	↓ Depositum/Bankgaranti for betaling af gasleverance	19
2.2.1.2.	Vildledende og urimeligt mangelfuld markedsføring af optagelse i erhvervsregister	20
2.2.1.3.	Fotografering af kunder til brug for eventuel senere identificering	20
2.2.1.4.	Ulovlig telefonhenvendelse – tjenesteydelse	21
2.2.1.5.	Krav om opholds- og arbejdstilladelse for udlejning i radio- og TV-branchen	22
2.2.1.6.	↓ Uanmodet henvendelse om salg af naturgas ikke tilladt – ugyldig aftale	22
2.2.2.	Forhandlerpræmiering	23
2.2.2.1.	14" farve-TV ved køb af en gros af et ursortiment	23
2.2.3.	Reklamens sociale og samfundsmæssige ansvar	24
2.2.3.1.	Tilbud om gratis legetøj til daginstitutioner	24
2.2.3.2.	Reklamebrev med dartpil	24
2.2.3.3.	Husstandsomdeling af shampooovareprøve	24
2.2.3.4.	Uanmodet fremsendelse af adresserede kataloger til afdøds efterladte vedr. gravsten	25
2.2.3.5.	Generelt om kønsdiskriminerende reklame	25
2.2.4.	Produktsikkerhed og internationale notifikationssystemer	27
2.2.4.1.	Generelle bemærkninger	27
2.2.4.2.	Lightere udformet som legetøj	28
2.2.4.3.	Notifikationer om legetøj og barnesmykker indeholdende farlige væsker	28

2.2.4.4.	Advarselmærkning af vandsenge	29
2.2.5.	Prisreklame	29
2.2.5.1.	Fotobranschen	29
2.2.5.2.	Vildledende markedsføring vedrørende tilslutning til kabel-TV	35
2.2.5.3.	Naturgasselskabernes prisfastsættelse og markedsføring	35
2.2.5.4.	Prisreklame, »FØR indtil .. kr. NU .. kr.«	36
2.2.5.5.	»Gratis« pålægning af gulvtæpper	36
2.2.5.6.	Prøvetilbud: X-præparat i 10 dage gratis	37
2.2.6.	Postordre	37
2.2.6.1.	Generelt om postordresalg, herunder bog- og pladeklubber	37
2.2.6.2.	Guldsmykker med diamanter	39
2.2.6.3.	»Hvidguldsrodineret« alliancering. Smykkesæt med »Blå »safirer«	40
2.2.6.4.	Familieforsikring	41
2.2.7.	Ejendomsformidling/fast ejendom	42
2.2.7.1.	Generelt om ejendomsformidling og udlejning	42
2.2.7.2.	Annulationsgebyr opkrævet uden hjemmel	43
2.2.7.3.	Vildledende oplysninger givet ved kontraktens fremsendelse	43
2.2.8.	Finansiell virksomhed	44
2.2.8.1.	Arbejdsgruppe vedrørende pengeinstitutternes standardvilkår over for forbrugere	44
2.2.8.2.	Krav til information ved aktietegning. Tegning af aktier i en sparekasse	45
2.2.8.3.	Bankers pligt til information af puljeopsparere	46
2.2.8.4.	Tilbud og tegning af aktier i et valutainvesteringselskab	47
2.2.9.	Miljø- og energiargumenter	48
2.2.9.1.	Annoncering med renere fyringsolie	48
2.2.9.2.	Sammenligning af energiforbrug ved karbad og brusebad	48
2.2.10.	Radio/TV-reklamer	49
2.2.10.1.	Reklamer i TV2	49
2.2.11.	Mærkning og emballering	50
2.2.11.1.	Annoncering med flere oprindelseslande på agurker og tomater	50
2.2.11.2.	»Tyske modeller«	51
2.2.12.	Retningslinier	52
2.2.12.1.	Nye retningslinier om annoncering med køreskoleundervisning	52

HNG

2.2.12.2.	Forespørgsler til retningslinierne for reklame for øl, vin og spiritus	53
2.2.13.	Andre sager vedrørende § 1 og § 2	54
2.2.13.1.	Eventyrlige priser – begrænset udbud	54
2.2.13.2.	»Servicegarantier« i radiobranschen	55
2.3.	Oplysningspligt over for køber. § 3	55
2.3.1.	Ændring af Falcks privatabonnement for udførelse af patientbefordring	55
2.3.2.	Gymnastikredskaber og motionsapparater. Utilstrækkelig brugsanvisning	56
2.3.3.	Information om risiko ved anvendelse af stole til spædbørn	57
2.3.4.	Bånd, der bærer kaffekandes hank, brister ved manglende vedligeholdelse	57
2.3.5.	Farlig modellermasse	58
2.3.6.	Bilsimulator, der eksploderede	58
2.4.	Tilgift. § 6	58
2.4.1.	Klubfordele kombineret med køb af flybillet	58
2.4.2.	Ulovlig tilgift ved kombinationssalg og vildledende prisreklame	58
2.4.3.	Ulovlig kombinationssalg	59
2.4.4.	Reklamering med ulovlig tilgift i forbindelse med en bankkonto for unge	60
2.4.5.	Medlemskab af en klub tilknyttet en bankkonto	61
2.4.6.	Tax-free varer	61
2.4.7.	Gavecheck	61
2.4.8.	Gratis montering af mobiltelefon i biler	62
2.4.9.	Tilgift ved køb af konfirmationstøjet	62
2.5.	Præmiekonkurrencer	62
2.5.1.	Generelle bemærkninger vedrørende erhvervsdrivendes brug af konkurrencer i markedsføringen	62
2.5.2.	Foranstaltninger, hvis udfald helt eller delvis beror på tilfældet	64
2.5.2.1.	Lodtrækning mellem rigtige besvarelser	64
2.5.2.2.	Gæt hvem der vinder EM i fodbold	64
2.5.2.3.	Første 100 tilmeldte feriehusejere får parabolantenneanlæg	64
2.5.2.4.	Udlodning af rejser ved hjælp af lykkehjul	65
2.5.2.5.	Nedsendelse af balloner indeholdende gavekort	66
2.5.2.6.	Præmiekonkurrence udformet som investeringsspil	66

2.5.2.7.	»Skattejagt« med præmier til den, der ud af 20 »Rukonøgler« finder 2 ens	66
2.5.3.	Bladkonkurrencer der indeholder reklame for andre erhvervsdrivende	67
2.5.3.1.	Bladudgivers videobingo	67
2.5.4.	Periodisk skrift	67
2.5.4.1.	Konkurrence i olieselskabs blad	67
3	Betalingskortloven	69
3.1.	Generelt om betalingskortloven	69
3.1.1.	Benzinselskabers renteberegning ikke i overensstemmelse med renteloven	69
3.1.2.	Transaktionsrytteri	69
3.1.3.	Nedbrud på Dankortterminalerne	70
3.2.	Betalingskortlovens § 10	71
3.2.1.	Betalingskort tilknyttet kassekredit omfattet af »kartoffelkurens« bestemmelser	71
3.3.	Betalingskortlovens § 13	72
3.3.1.	Benyttelse af Dankort, udstedt af Postgiro, i egen Dankortterminal	72
3.4.	Betalingskortlovens § 17 og § 19	73
3.4.1.	Kontantdiskrimination. Fordelskuponer	73
3.4.2.	Rabat til sportsklubs medlemmer med betalingskort	74
3.4.3.	Kontantdiskrimination. Særlige fordele knyttet til internationale betalingskort	74
3.5.	Betalingskortlovens § 24	75
3.5.1.	Kontokortselskabs videregivelse af oplysninger om kortindehaver til Danmarks Statistik til brug for forskningsprojekt ikke tilladt	75
3.5.2.	Kreditværdighedsvurdering efter et kreditscoringssystem	76

Forbrugerstyrelsens juridiske sektion har bistået Industriministeriets departement med udarbejdelse af udkast til forslag om ændring af markedsføringsloven.

Forslaget falder i følgende to indbyrdes uafhængige dele, der omtales særskilt nedenfor:

I. Ophævelse af §§ 6-8a.

II. Indføjelser af et nyt kapitel 4a indeholdende særlige regler om sikkerhedskrav til legetøj og produkter, som på grund af deres ydre fremtræden kan forveksles med levnedsmidler.

I. Ophævelse af §§ 6-8a.

Ifølge lovforslaget skulle §§ 6-8a vedrørende tilgift, rabatmærker, præmiekonkurrencer og rentefri kredit ophæves. Forslaget herom var et led i regeringens afbureaukratiseringsbestræbelser og begrundedes navnlig med, at de pågældende bestemmelser havde for ringe nytteværdi i forhold til de resourcer, der måtte anvendes til administrationen af dem. Spørgsmålet om sådanne tiltags lovlighed skulle herefter bedømmes efter generalklausulen i markedsføringslovens § 1, der forbyder handlinger i strid med god markedsføringsskik, og efter markedsføringslovens § 2 om vildledende annoncering.

Denne del af lovforslaget blev ikke gennemført.

II. Sikkerhedskrav til legetøj og levnedsmiddelefterligninger.

Formålet for forslaget er at skabe grundlag for en gennemførelse af EF-direktivet om sikkerhedskrav til legetøj samt EF-direktivet om produkter, der på grund af deres ydre fremtræden kan forveksles med levnedsmidler og herigennem være til fare for forbrugernes sundhed eller sikkerhed. Lovforslaget indeholder ikke i sig selv forskrifter om sikkerhedskrav m.v., men er en bemyndigelseslov, der skaber hjemmel for industriministeren til at fastsætte de nærmere regler herom.

Hovedindholdet i direktivet om legetøjs sikkerhed er, at det af direktivet omfattede legetøj ved markedsføring skal opfylde en række væsentlige sikkerheds- og sundhedskrav.

Der er således tale om generelt udformede sikkerhedsforskrifter, herunder krav om, at der ved mærkning eller i en medfølgende brugsanvisning skal gøres effektivt opmærksom på alle risici, der er forbundet med anvendelsen af produktet. Desuden opstilles sikkerhedskrav for følgende særlige risici: Fysiske og mekaniske egenskaber, antændelighed, kemiske egenskaber, elektriske egenskaber, hygiejne og radioaktivitet. Forskrifternes overholdelse sikres ved at stille krav om, at legetøjet enten skal

være produceret i overensstemmelse med de harmoniserede standarder eller være i overensstemmelse med en type, der er godkendt af et dertil særligt typegodkendelsesorgan. Legetøjet skal være forsynet med EF-mærke, hvorved den, som er ansvarlig for markedsføringen, indestår for, at legetøjet er produceret i overensstemmelse med ovenstående.

Direktivet om legetøj gælder for legetøj til børn under 14 år. Visse former for legetøj, herunder dampmaskiner, luftbøsser og sportsudstyr, er imidlertid undtaget fra direktivet. Lovforslaget indeholder derfor hjemmel til, at industriministeren kan udstede sikkerhedsforskrifter for alle produkter, som er beregnet til legeformål. Det er dog på nuværende tidspunkt alene tanken at udnytte hjemlen til at gennemføre de nævnte direktiver.

Hovedindholdet i direktivet om farlige levnedsmiddelefterligninger er at forbyde markedsføring af produkter, der på grund af deres ydre fremtræden kan forveksles med levnedsmidler og derved være til fare for forbrugernes – navnlig børns – sikkerhed eller sundhed. Omfattet af direktivet er således produkter, som – skønt de ikke er levnedsmidler – har en form, duft, farve, udseende, præsentationsform, mærkning samt volumen eller størrelse, der bevirker, at forbrugere, navnlig børn, kan forveksle dem med levnedsmidler og derfor tage dem i munden, sutte på dem eller nedsvælge dem og således udsætte sig for kvælning, forgiftning, perforering eller blokering af spiserøret.

2.1. Markedsføringslovens anvendelsesområde

2.1.1. Overtrædelse af markedsføringslovens § 2 forældet efter straffelovens regler

En forbruger anmodede Forbrugerstyrelsen om at bedømme overensstemmelsen mellem markedsføringsloven og et investeringsselskabs udbud af et anpartsprojekt udbudt i 1984. Forbrugeren følte sig vildledt af selskabets markedsføringsmateriale.

På tidspunktet for anmodningen til Forbrugerstyrelsen var det 5 år siden, investeringsselskabet havde udbudt anpartsprojektet, og selskabets markedsføringsmateriale var tilsvarende gammelt.

Efter straffelovens forældelsesregler er overtrædelse af markedsføringslovens § 2 om forbud mod urigtige, vildledende eller urimeligt mangelfulde angivelser imidlertid underkastet en 2-årig forældelse. På denne baggrund afviste Forbrugerstyrelsen at bedømme anpartsprojektets overensstemmelse med markedsføringsloven. (J.nr. FO 89-182-14)

2.1.2. Pressemeddelelse omfattet af markedsføringsloven

Når erhvervsdrivende markedsfører sig i form af pressemeddelelser, er de ofte ikke opmærksomme på, at de også i denne situation er undergivet markedsføringslovens begrænsninger, der omfatter enhver handling foretaget i erhvervsøjemed.

En bank udsendte en pressemeddelelse vedrørende en pen-

sionsordning, som banken kunne tilbyde i samarbejde med et nærmere angivet forsikringsselskab. Det anførtes i meddelelsens første afsnit, at præmierne for disse forsikringer lå op til 70% under det hidtidige markedsniveau. Endvidere anførtes det, at disse præmier slog bunden ud af markedet.

Denne udtalelse forklarede senere i meddelelsen med, at det drejede sig om såkaldte naturlige præmier, hvor yngre aldersgrupper betaler en meget lav præmie, mens præmien for de ældre aldersgrupper ville ligge betydeligt højere end markedsniveauet. På denne baggrund fandt Forbrugerombudsmanden, at de indledende udtalelser i pressemeddelelsen var vildledende og i strid med god markedsføringsskik, jfr. § 2, stk. 1, og § 1 i markedsføringsloven. I sin bedømmelse lagde Forbrugerombudsmanden vægt på, at pressen ved læsning af pressemeddelelsen må formodes at blive påvirket af det umiddelbare indtryk af meddelelsen. Eksempelvis lød overskriften i en avis »Forsikring med rabat på 70 pct.«. (J.nr. FO 88-1614-62)

2.1.3. Grænseoverskridende reklame

Forbrugerstyrelsen har modtaget utallige henvendelser fra forbrugere, der føler sig snydt af det hollandske blomsterløgssfirma Bakker, som jævnligt udsender kataloger og personligt stilede breve til forbrugerne. I brevene lokkes der med løfter om store præmier i firmaets lotteri. Med personlige løfter som »De har vundet en præmie, hr. NN«, »Tillykke hr. NN« og »Kære hr. NN! Måske kan De ikke tro det, men det er altså rigtigt – De har vundet en fantastisk præmie!« – har Bakker forsøgt at lokke kunderne til. Mange har ment at have vundet og har sendt bud efter den store præmie – »Diamanthalskæden« eller »Mercedes'en« – men ingen har modtaget andet end næsten værdiløse smykker. Forbrugerstyrelsen har anmodet Bakker om at stoppe lotterierne og de vildledende løfter. For at advare den enkelte forbruger, der modtager det personligt stilede markedsføringsmateriale, har Forbrugerstyrelsen udsendt en pressemeddelelse, der er blevet omtalt og gengivet i landets aviser. Blomsterløgssfirmaet Bakker er et hollandsk firma uden hjemsted i Danmark. Forbrugerstyrelsen kan derfor ikke tvinge firmaet til at ændre sin markedsføring. (J.nr. FO 88-5321-85)

2.2. Generalklausulen. §1. Urigtige, vildledende, urimeligt mangelfulde og utilbørlige angivelser. Vildledende og utilbørlige fremgangsmåder. §2

2.2.1. Særlige metoder i forbindelse med ordreoptagelse. Negative salgsmetoder. Forbrugeraftaler

2.2.1.1. Depositum/bankgaranti for betaling for gasleverance

En forbruger underskrev aftale med et naturgasselskab om indlæggelse af naturgas. Efter aftalens indgåelse, men før tilslutning,

krævede naturgasselskabet en bankgaranti/depositum på 2.000 kr. Dette fremgik ikke af gaskontrakten. Selskabet oplyste, at depositumet skulle tjene som en sikkerhed for den efterfølgende gasleverance. Depositum eller bankgaranti blev krævet af de forbrugere, der var registreret i diverse kreditoplysningsbureauer.

Det udtaltes, at det ville være bedre i overensstemmelse med god markedsføringsskik, hvis det fremgik af gaskontrakten, hvornår man krævede depositum eller bankgaranti, størrelsen heraf, samt hvor længe depositum eller bankgaranti skulle indestå. Med henblik på en afgørelse af, om naturgasselskabet overhovedet var berettiget til at kræve et depositum eller bankgaranti, oversendte Forbrugerstyrelsen sagen til Gasprisudvalget.

Gasprisudvalget har ved skrivelse af 26. januar 1990 oplyst, at udvalget ikke umiddelbart finder, at et krav om depositum for efterfølgende gasleverancer kan anses for rimeligt alene med henvisning til en registrering i diverse kreditoplysningsbureauer. Dette indicerer ikke klagerens manglende vilje eller evne til at overholde sin økonomiske forpligtelse over for selskabet. Et krav om depositum må konkret afgøres i hvert enkelt tilfælde, og kravet må være relateret til en faktisk økonomisk risiko for selskabet. (J.nr. FO 89-1642-28)

2.2.1.2. Vildledende og urimeligt mangelfuld markedsføring af optagelse i erhvervsregister

Statsadvokaten for særlig økonomisk kriminalitet rejste i 1989 tiltale mod en repræsentant for et udenlandsk firma for overtrædelse af markedsføringslovens § 2, stk. 1 og 3. Repræsentanten, der var rettog det udenlandske selskabs interesser i Danmark, deltog i den endelige udformning af kundehenvendelser og medvirkede på denne måde til, at en række erhvervsdrivende i Danmark uanmodet modtog henvendelser fra det udenlandske selskab. Dette skete i form af en formular, der – uden angivelse af firmaets nationalitet – var forsynet med udklip eller kopi fra Statstidende vedrørende det pågældende firma. Der savnedes i materialet oplysning om, at registret var uden reel erhvervsmæssig betydning. Henvendelsen opfordrede til at indbetale et gebyr på et vedlagt udfyldt girokort udformet sådan, at materialet fremtrådte som en officiel opkrævning eller som betaling for en allerede bestilt ydelse.

Det udenlandske selskabs repræsentant i Danmark blev ved byretten for medvirken til overtrædelse af markedsføringslovens § 2, stk. 1 og 3, idømt en bøde på 5.000 kr. (J.nr. FO 87-234-8)

2.2.1.3. Fotografering af kunder til brug for eventuel senere identificering

I september 1989 rettede Registertilsynet henvendelse til Forbrugerstyrelsen, idet man anmodede om Forbrugerombudsmandens udtalelse vedrørende et biludlejningsfirmas fotografering af kunder. Firmaet oplyste, at man havde indført fotograferingen af præventive hensyn. Man fotograferede ikke alle kunderne, men kun i enkelte tilfælde, specielt hvis kunden ikke var kendt af personalet. Faste kunder blev aldrig fotograferet.

I virksomhedens kontor er opstillet et skilt med følgende tekst: »X-biludlejning gør opmærksom på, at enkelte udlejninger kan blive fotograferet«.

De fotograferede kunder bliver dog ikke informeret individuelt.

Fotografierne bliver ikke fremkaldt, medmindre der er behov for at identificere en lejer, der ikke har returneret den lejede bil. Filmene destrueres ca. 2 måneder efter udlejningen og opbevares i et pengeskab.

Forbrugerombudsmanden udtalte følgende:

»...

Når henses til den pågældende virksomheds særlige risiko ved at indgå aftaler med ikke-kendte kunder og de kriminalpræventive hensyn, der ligger bag fotograferingen, finder jeg ikke, at fotograferingen kan anses for at være stridende mod god markedsførings-skik. Jeg har herved taget oplysningerne om virksomhedens opbevaring og brug af filmoptagelserne i betragtning, ligesom jeg forudsætter en særdeles tydelig skiltning. Det skal dog samtidig bemærkes, at jeg finder en sådan fotografering betænkelig og agter at gribe ind, hvis denne praksis breder sig til virksomheder, hvor der ikke er tilsvarende særlige kriminalpræventive hensyn, der gør sig gældende.«

Sagen har herefter været forelagt Registertilsynet. På denne baggrund udtalte Registertilsynet blandt andet, at det fandt, at biludlejningsfirmaet »bl.a. af kriminalpræventive hensyn og på baggrund af de særlige brancheforhold i forbindelse med biludlejning kan have et behov for at registrere oplysninger om enkelte kunder i form af fotografier, og at den af virksomheden beskrevne praksis i forbindelse med fotografering af kunder således ikke kan antages at stride mod bestemmelsen i lov om private registre m.v. § 3, stk. 1.« (J.nr. FO 89-331-27)

2.2.1.4.

Ulovlig telefonhenvendelse – tjenesteydelse

I begyndelsen af 1989 blev Forbrugerombudsmanden opmærksom på, at et rådgivningsfirma i personligt adresserede henvendelser til forbrugerne tilbød *rådgivning med hensyn til privatøkonomien*. Overskriften i henvendelsen lød: »Hvornår har De sidst fået cheket Deres privatøkonomi?«. I brevet blev det blandt andet anført:

»Vi hjælper hver dag mange familier med rådgivning om justering af privatøkonomien, så denne bliver lagt til rette på en sådan måde, at den enkelte families muligheder udnyttes optimalt – i overensstemmelse med familiens ønsker, muligheder og behov.

Vi vil gerne tilbyde Dem et orienteringsmøde.

I den anledning vil jeg kontakte Dem en af de nærmeste dage for at træffe aftale om et uforpligtende møde.«

Forbrugerombudsmanden indhentede supplerende oplysninger om firmaet. De udvalgte forbrugere blev fundet gennem lokal-

telefonbøgerne. Firmaet arbejdede som underagentur for et forsikringsselskab, men vejledte også om andre ting end forsikring. Således formidlede firmaet aktietegning.

Selv om firmaet også solgte forsikringer, fandt Forbrugerombudsmanden, at der var tale om en overtrædelse af § 2, stk. 1, i lov om visse forbrugeraftaler (dørsalgsloven), idet firmaet tilbød andet end forsikringer.

I slutningen af året blev Forbrugerombudsmanden opmærksom på, at der på ny var firmaer, som telefonisk rettede henvendelse til forbrugere i deres hjem med tilbud om en gennemgang af deres økonomi.

Forbrugerstyrelsen bad i disse sager politiet om at foretage efterforskning med henblik på eventuel tiltalerejsning, jfr. § 2, stk. 1, i lov om forbrugeraftaler, jfr. § 18, stk. 1.

Efterforskningen er endnu ikke tilendebragt. (J.nr. FO 89-239-2, 89-239-3, 89-239-4, 89-239-5, 89-239-6)

2.2.1.5. Krav om opholds- og arbejdstilladelse for udlejning i radio- og TV-branchen

En herboende flygtning blev nægtet at leje en video med den begrundelse, at der kun blev udlejet til udlændinge, hvis de dokumenterede, at de havde fast arbejde.

På baggrund af Forbrugerstyrelsens henvendelse til udlejeren meddelte denne, at man havde præciseret udlejningsreglerne således, at det ikke var statsborgerforholdet, der var afgørende, men bopælen. Derefter ville der blive stillet samme krav til danske og udenlandske statsborgere. For ikke-fast-boende ville man fremover kræve fremlagt bevis for opholds- og arbejdstilladelse, der strækker sig ud over lejeperioden.

Forbrugerstyrelsen udtalte herefter, at når formålet med at afkræve kunder, der ikke har fast bopæl, bevis for gyldig arbejds- og opholdstilladelse i landet er at sikre, at kunden kan forventes at tage ophold i landet i lejeperiodens forløb, og at kunden har mulighed for at erhverve indkomst til betaling af lejen, så fandt Forbrugerstyrelsen ikke, at den afkrævede dokumentation var et uvedkommende forhold, der kunne påtales i medfør af markedsføringslovens § 1. (J.nr. FO 89-3242-2)

2.2.1.6. Uanmodet henvendelse om salg af naturgas ikke tilladt – ugyldig aftale

Forbrugerstyrelsen har modtaget henvendelser fra forbrugere, der uanmodet er blevet kontaktet telefonisk af et naturgasselskab med henblik på at indgå aftale om et personligt besøg hos forbrugeren. Ved dette besøg har forbrugeren eventuelt indgået en aftale om installation og levering af naturgas. Ifølge forbrugeraftalelovens § 2 må erhvervsdrivende ikke uden forudgående anmodning herom rette personlig eller telefonisk henvendelse til en forbruger med henblik på indgåelse af aftale. På denne baggrund henstillede Forbrugerstyrelsen, at Naturgasselskaberne skulle undlade at rette uanmodet henvendelse til forbrugere i strid med forbrugeraftalelo-

vens § 2, idet sådanne henvendelser efter styrelsens opfattelse er i strid med markedsføringslovens § 1 om god markedsføringsskik. Endvidere følger det af forbrugeraftalelovens § 3, at et løfte afgivet af forbrugeren ved en erhvervsdrivendes henvendelse i strid med § 2 ikke er bindende. (J.nr. FO 89-1640-1)

2.2.2. Forhandlerpræmiering

2.2.2.1. 14" farve-TV ved køb af en gros af et ursortiment

En grossistvirksomhed tilbød som led i introduktionen af et nyt urmærke detailhandlere salgsstøtte for det pågældende urmærke. Af grossistens reklamemateriale fremgik det blandt andet

»Læs denne information, og bestil urene. I løbet af kort tid er du igang med at sælge X-ure, og du får et godt 14" farve-TV til brug ved fx. video-fremvisning i din forretning.«

»Sortimentet sælges samlet – dvs. 64 ure til en samlet pris af ca. 15.900,- kr. Prisen er inclusive et 14" farve-TV – naturligvis et X-TV. Køb og bestil X-kollektionen med det samme. Vi får kun leveret 100 sæt til introduktionen. Du kan også købe mindre portioner – med samme høje avance, men så må du undvære farve-TV'et.«

Grossisten oplyste, at han anså det for en tillægsgevinst i markedsføringen, at fremvisning af reklame for det pågældende urmærke skete på et TV af samme mærke. Grossisten fremhævede i øvrigt, at urene egnede sig bedre til en visuel, levende fremstilling i farver end til billeder i annoncer.

Forbrugerombudsmanden udtalte, at tilbudet om et 14" farve-TV i den omhandlede reklametryksag ikke fremstod som et led i forhandlerens markedsføring af urene. Denne del af markedsføringen forudsatte tilstedeværelsen af såvel en videoafspiller som reklamevideoprogrammer, og der var i annoncetryksagen intet nævnt om den praktiske mulighed for at foretage en sådan reklamering. Derimod var beskrevet, hvilke andre former for salgsstøtte der kunne ydes til forhandleren. Ved en vurdering af, om der forelå ulovlig forhandlerpræmiering, måtte der tillige lægges vægt på, at tilbudet om et farve-TV var betinget af køb af den samlede kollektion på ca. 64 ure.

Forbrugerombudsmanden udtalte derfor, at det var styrelsens opfattelse, at urgrossistens konkrete markedsføring, som den var kommet til udtryk i den omhandlede reklametryksag, måtte karakteriseres som ulovlig forhandlerpræmiering i strid med markedsføringslovens § 1, da fjernsynet ved en umiddelbar læsning af tryksagen måtte betragtes som en vederlagsfri tillægsydelse, der var beregnet til privat brug. Ligeledes måtte foranstaltningen anses som egnet til at påvirke den enkelte forhandlers markedsføring og rådgivning af forbrugerne. Endelig måtte det tillægges vægt, at en sådan forhandlerpræmiering i det lange løb måtte antages at virke prisfordyrende og konkurrenceforvridende til skade for forbruge-

ren og det øvrige erhvervsliv. Forbrugerombudsmanden henstillede derfor, at det pågældende markedsføringstiltag med levering af et farve-TV ikke længere blev benyttet i den foreliggende form. (J.nr. FO 89-541-28)

2.2.3. Reklamens sociale og samfundsmæssige ansvar

2.2.3.1. Tilbud om gratis legetøj til daginstitutioner

Et større dansk rejsebureau opfordrede personalet i landets daginstitutioner til at formidle kontakt til daginstitutionens børn og forældre. Hvis kontakten gav tilstrækkelig positiv resultat – det vil sige salg af rejserne til familierne – ville daginstitutionen få penge til at købe legetøj for.

Personalets opgave bestod kun i at hænge en plakat op på opslagstavlen, og personalet skulle ikke aktivt medvirke til selve salgsformidlingen.

Forbrugerombudsmanden fandt imidlertid, at dette overskred grænsen for tilladelig markedsføring over for børn.

Ved markedsføring over for børn skal den erhvervsdrivende altid udvise særlig varsomhed, og blandt andet må annoncer, plakater og lignende ikke indeholde nogen direkte appel til børn om at opfordre andre, f.eks. forældrene, til at købe det reklamerede produkt til sig.

Forbrugerombudsmanden fandt videre, at det pågældende markedsføringstiltag ikke levede op til disse betingelser, idet der med materialet til daginstitutionen medfulgte en A 4 plakat til brug for institutionens opslagstavle, hvorpå stod: »Tag mor og far med på ferie til Mallorca«.

I det hele fandt Forbrugerombudsmanden, at rejsebureauets markedsføring i denne situation var i strid med god markedsføringsetik, jfr. markedsføringslovens § 1. (J.nr. FO 89-1652-58)

2.2.3.2. Reklamebrev med dartpil

I efteråret 1989 modtog Forbrugerstyrelsen en henvendelse fra en forbruger, der havde modtaget et adresseret annoncemateriale med overskriften »Nyheden, der rammer plet«. Materialet indeholdt bl.a. en dartpil med en skarp, ubeskyttet metalspids, og pilen var løst anbragt i kuerten.

Forbrugerstyrelsen kontaktede straks udgiveren af det pågældende materiale for omgående at standse det pågældende markedsføringstiltag, jfr. § 1 i markedsføringsloven. Forbrugerombudsmanden fandt, at fordeling af markedsføringsmateriale som det nævnte, der indeholder en dartpil, er i strid med god markedsføringsetik.

Distributøren meddelte Forbrugerstyrelsen, at kampagnen straks var standset, og for fremtiden ville materialet blive udsendt uden dartpile. (J.nr. FO 89-254-20)

2.2.3.3. Husstandsomdeling af shampoovareprøve

I foråret 1989 blev Forbrugerombudsmandens opmærksomhed

henledt på, at der i en husstandsomdelt brochure fra en supermarkeds-kæde var indlagt en vareprøve på en shampoo. Samtidig havde samme firma husstandsomdelt en prøve på en tandpasta. Ifølge indpakningen kunne denne være farlig for små børn i ukontrollerede mængder.

Forbrugerombudsmanden meddelte firmaet, at en sådan markedsføring var i strid med § 1 i markedsføringsloven, idet indkastede vareprøver kunne være til fare for bl.a. børn og husdyr.

Forbrugerombudsmanden henstillede til firmaet, at man bekræftede, at man ikke fremover ville foretage lignende markedsføringsforanstaltninger.

Firmaet fremsendte den ønskede bekræftelse, men anmodede samtidig om et møde med Forbrugerombudsmanden, idet man som udgangspunkt fandt, at et generelt forbud mod indkast af vareprøver gennem brevsprækker kun skulle omhandle farlige eller deciderede skadelige produkter, der i forvejen var advarselsmærkede. Forbrugerombudsmandens holdning var alt for streng i forhold til den markedsføring, der blev foretaget i dag.

På opfordring fra firmaet blev Forbrugerrådet hørt om rådets stilling til disse markedsføringstiltag. Forbrugerrådet tilsluttede sig ganske Forbrugerombudsmandens holdning til markedsføringen af vareprøver gennem brevsprække. Forbrugerombudsmanden fastholdt herefter sin praksis. (J.nr. FO 89-242-3)

2.2.3.4. Uanmodet fremsendelse af adresserede kataloger til afdøds efterladte vedr. gravsten

Forbrugerstyrelsen modtog en klage over, at et stenhuggeri, der driver forretning med tilvirkning og salg af gravsten, uanmodet fremsender adresserede forsendelser til afdødes efterladte. Forsendelsen indeholder farveillustreret katalog og prisliste vedrørende forskellige gravsten.

Firmaet skaffer sig oplysninger om afdøde ved læsning af dødsannoncer og ved at efterse begravelseslisten ved et i byen værende kapel.

Forbrugerombudsmanden har udtalt, at den anvendte fremgangsmåde er i strid med markedsføringslovens § 1, idet den udgør en utilbørlig indtrængen på privatlivets område og må anses for at være taktløs og påtrængende over for de efterladte. Se ligeledes Forbrugerombudsmandens årsberetning 1981-1982 s. 31.

Firmaet er efter forhandlinger med Forbrugerombudsmanden ophørt med annonceringen. (J.nr. FO 89-339-3)

2.2.3.5. Generelt om kønsdiskriminerende reklame

Forbrugerombudsmanden modtager jævnligt henvendelser vedrørende kønsdiskriminerende reklame, omend antallet på årsbasis er faldet noget siden midten af 80'erne.

I 1979 afgav en arbejdsgruppe, som var nedsat af Forbrugerombudsmanden, en rapport. Konklusionerne heri er gengivet i Forbrugerombudsmandens årsberetning 1979/80 s. 68. Rapportens konklusioner danner fortsat udgangspunkt for vurderingerne af

kønsdiskriminerende reklame i relation til markedsføringsloven.

Nedenfor er gengivet nogle eksempler fra de seneste års sagsbehandling inden for dette område.

Nøgne kvinder anvendt som blikfang for sikkerhedsudstyr

De fleste sager vedrører annoncer, som viser helt eller delvis afklædte kvinder.

Som eksempel kan nævnes en påtænkt reklamekampagne for sikkerhedsudstyr. I annoncerne var blandt andet indsat små fotografier af nøgne kvinder siddende på forskellige dele af sikkerhedsudstyret. Forbrugerombudsmanden udtalte, at de afbildede kvinder efter hans opfattelse tjente som blikfang uden nogen naturlig sammenhæng med den udbudte vare. Annoncerne var endvidere udformet på en sådan måde, at kvinden blev fremstillet som kønsobjekt og sidestillet med en vare eller genstand. Under henvisning hertil fandt Forbrugerombudsmanden, at annoncerne var kønsdiskriminerende og i strid med god markedsføringsskik. (J.nr. FO 89-3241-12)

»Software – der får dit system til at klappe«

Det kønsdiskriminerende element kan også opstå ved en kombination af billede, tekst m.v.

En annonce med ovenstående overskrift blev bragt i et erhvervsblad. Annoncen, der vedrørte et datasystem, viste et billede af en påklædt kvinde bagfra.

Kvindens hoved og det meste af overkroppen var skåret væk. Annoncens brødtekst lød således: »Det er selvfølgelig ikke alt, der er rundt og blødt, som det er tilladt at klappe. Men en ting er sikkert ... X-datasystem er skabt for at få dit firma til at klappe ... hver dag«.

Forbrugerombudsmanden, som modtog flere henvendelser vedrørende denne annonce, udtalte, at den efter hans opfattelse var kønsdiskriminerende og i strid med god markedsføringsskik. Forbrugerombudsmanden henviste blandt andet til, at billede og tekst var udformet på en sådan måde, at kvinden blev sidestillet med en vare eller en genstand. (J.nr. FO 88-3241-7)

»Kunsten at vælge«

Den ovenfor omtalte rapport vedrører kønsdiskriminering over for *kvinder*. Dette har dog ikke afholdt Forbrugerombudsmanden fra at udtale, at en annonce var kønsdiskriminerende over for *mænd* og i strid med god markedsføringsskik.

Forbrugerombudsmanden havde grebet ind over for en annonce for computere. I annoncen var afbildet fem kvindelige modeller iført badedragt. Under billedet var indsat følgende tekst: »Kunsten er at vælge«.

Annoncøren, der ikke var enig i Forbrugerombudsmandens opfattelse, indsendte herefter en tilsvarende annonce, idet man dog havde udskiftet billedet med fem poserende mandlige bodybuildere iført badebukser.

Forbrugerombudsmanden rettede henvendelse til Ligestillings-

rådet, der udtalte, at reklamer, der afbilder personer udelukkende som kønsobjekter, er kønsdiskriminerende efter Ligestillingsrådets opfattelse, uanset hvilket køn personen har.

På denne baggrund fandt Forbrugerombudsmanden, at annoncen med de poserende mænd ligeledes var i strid med god markedsføringsskik. Herefter erklærede annoncøren, at de pågældende annoncer ikke længere ville blive indrykket. (J.nr. FO 84-3241-41)

»Piger kører bedre bil«

Et forsikringsselskab markedsførte en særlig fordelagtig autoforsikring, som »kun var for piger«. Annoncerne indeholdt følgende klare udsagn: *»Piger kører bedre bil«* og *»Undersøgelser har vist, at piger laver både færre og mindre skader i trafikken«*. En mand rettede henvendelse til Forbrugerombudsmanden, idet han fandt, at der forelå en tilsidesættelse af ligestillingsprincipperne i samfundet. For så vidt angår det kønsdiskriminerende element i udsagnene blev sagen afvist, idet det ikke var af en sådan karakter, at det kunne rammes efter markedsføringsloven, da udsagnet kunne dokumenteres, og det ikke er i strid med markedsføringsloven at begrænse et særligt fordelagtigt tilbud til visse grupper af forsikringstagere. (J.nr. FO 89-3241-14)

Markedsføring af formidling af kontakt mellem danske mænd og thailandske kvinder – annoncer/redaktionelt stof

Følgende eksempel viser markedsføringslovens begrænsninger på dette område.

Forbrugerombudsmanden modtog en forespørgsel vedrørende en sag om formidling af kontakt mellem danske mænd og thailandske kvinder. Kontaktformidlingen var indrykket i et tillæg til et ugeblad. I annoncetillægget var indsat en artikel om thailandske kvinder. Artiklen var stærkt krænkende.

Erhvervsmæssig formidling af kontakt mellem danske mænd og udenlandske kvinder er ikke ulovlig. Markedsføringen af en sådan kontaktformidling er derfor ikke i strid med god markedsføringsskik. Forbrugerombudsmanden kan ikke gribe ind over for *sådanne annoncer*, såfremt de i øvrigt ikke er i strid med markedsføringslovens bestemmelser.

For så vidt angår artiklen, var der heller ikke hjemmel til at gribe ind, idet *redaktionelt stof ikke er omfattet af markedsføringslovens bestemmelser*. (J.nr. FO 90-0121-45)

2.2.4. Produktsikkerhed og internationale notifikationssystemer

2.2.4.1. Generelle bemærkninger

Via de internationale notifikationssystemer om farlige produkter, systemer etableret i EF, OECD og NEK, modtog Forbrugerstyrelsen i 1989 i alt 138 notifikationer, hvoraf 69 oversendtes til videre foranstaltning hos andre danske produkt sikkerheds-

myndigheder, mens de resterende 69 blev optaget af Forbrugerombudsmanden til vurdering og eventuel nærmere behandling i medfør af markedsføringsloven. Nogle – dog forholdsvis få – notifikationer er »gængangere« i de forskellige systemer, således at de modtages i 2 systemer, f.eks. både i NEK- og OECD-systemerne samt i OECD- og EF-systemerne.

Under Forbrugerstyrelsens behandling af disse sager rettes henvendelse til de pågældende brancheorganisationer, hvorved det oplyses, hvorvidt de omhandlede produkter findes på det danske marked. I de tilfælde, hvor produkterne sælges i Danmark, må der herefter forhandles med branchen om den videre fremgangsmåde i anledning af notifikationen.

Specielt vedrørende legetøj og småbørnsudstyr notificeres ofte; der er således i 1989 modtaget 20 notifikationer om legetøj og 25 om småbørnsudstyr. Af sidstnævnte er 6 dog modtaget både fra NEK og OECD. Forbrugerstyrelsen lægger derfor stor vægt på et godt samarbejde med brancheorganisationerne på disse områder.

Forbrugerstyrelsen har i 1989 yderligere behandlet 34 sager om produktsikkerhed. Eksempler på disse er nævnt i det følgende.

2.2.4.2. Lightere udformet som legetøj

Via EF-notifikationssystemet modtog Forbrugerstyrelsen notifikation fra Frankrig om lightere, som på grund af deres udformning som biler, motorcykler og lastbiler kunne forveksles med legetøj. Man havde derfor udstedt forbud mod fremstilling, import og markedsføring af produkterne, ligesom disse var trukket tilbage fra markedet.

Også i Tyskland havde man forbudt salg af lightere, som efter det oplyste tillige var udformet som sejlbåde, TV-apparater, trykknaptелефoner, elektriske barbermaskiner, filmkameraer etc.

Der var ikke tale om et gasteknisk sikkerhedsproblem, hvorfor Danmarks Gasmateriel Prøvning ikke med hjemmel i lov om gasinstallationer havde mulighed for at forbyde sådanne produkter. Problemet med disse lightere var alene om børns mulighed for forveksling med almindeligt legetøj.

Forbrugerombudsmanden vurderede herefter sagen i medfør af markedsføringsloven og fandt, at der ikke var tale om et i egentlig forstand farligt produkt, som kunne begrunde nedlæggelse af et forbud mod salg. Endvidere vurderedes det, at lightere som sådan ikke bør betragtes som legetøj.

Da Legetøjsbranchens Fællesråd oplyste, at lighterne ikke forhandles i legetøjsbutikker, besluttedes det gennem en pressemeddelelse fra Forbrugerstyrelsen at henlede forældrenes opmærksomhed på risikoen ved denne særlige type lightere, som bør anbringes uden for børns rækkevidde. (J.nr. FO 89-840-52)

2.2.4.3. Notifikationer om legetøj og barnesmykker indeholdende farlige væsker

Fra EF-Kommissionen modtog Forbrugerstyrelsen uofficiel meddelelse fra Frankrig og Tyskland om en barnehalskæde, be-

stående af et flouriserende plasticrør, indeholdende en giftig substans, som kunne forårsage brandsår, hvis plasticrøret gik i stykker.

Endvidere modtog man flere OECD-notifikationer om disse produkter fra New Zealand om legetøjspistol med farlig væske, om blæk, der kunne forsvinde og var fremstillet til at sprøjte under leg, og hvis alkaliindhold kunne forårsage øjenskader. Endelig modtog man notifikation om hule plasticarmbånd til børn. Armbåndene indeholdt en væske med sølvfarvede metalliske flager. Væsken indeholdt bakterier, som kunne give maveforgiftning.

Da Miljøstyrelsen, til hvem de 3 første sager oversendtes, oplyste, at den nuværende danske lovgivning under styrelsens administration ikke gav mulighed for indgreb over for produkterne, rettede Forbrugerstyrelsen henvendelse til Legetøjsbranchens Fællesråd, ligesom man vedrørende armbåndene henvendte sig til bijouteribranchen. Det blev af brancherne oplyst, at en række produkter af denne art, produceret i Taiwan, sandsynligvis fandtes på det danske marked (armbånd, kuglepenne, kugler etc.).

Brancheforeningerne og Forbrugerombudsmanden fandt, at en generel advarsel mod produkter af denne art udsendt af Legetøjsbranchens Fællesråd ville have fornøden virkning på eventuelle produkter på markedet. (J.nr. FO 89-251-95, 89-251-96, 89-251-116 og 89-251-119)

2.2.4.4. Advarselmærkning af vandsenge

Forbrugerstyrelsen modtog en henvendelse fra Sundhedsstyrelsen, der på baggrund af meddelelser fra USA ikke turde udelukke sammenhæng mellem pludseligt opståede spædbørnsdødsfald (S.I.D.S.) og spædbørns ophold i vandsenge uden opsyn.

Forbrugerstyrelsen afholdt derfor et møde med forskellige repræsentanter for møbelbranchen, og der blev opnået enighed om, at der for fremtiden skal ske advarselmærkning af vandsenge på to måder; dels ved ophængning af advarselstrekanter i forretningernes salgslokaler, og dels ved at samme advarselstrekant påsættes vandsengenes emballage.

Advarselstrekanten har følgende tekst: »Lad ikke spædbørn være alene i en vandseng på grund af risiko for kvælning, hvis barnet ligger med ansigtet ned mod plasticdugen.«

Det er aftalt, at mærkningen iværksættes hurtigst muligt, efter at Forbrugerombudsmanden udsendte en pressemeddelelse om emnet i januar 1990. (J.nr. FO 89-0121-34).

2.2.5. Prisreklame

2.2.5.1. Fotobranschen

På baggrund af et betydeligt antal klager over fotohandlers annoncering i strid med markedsføringslovens bestemmelser indkaldte Forbrugerombudsmanden i februar 1989 branchen til et møde med henblik på en generel orientering omkring markedsføringslovens regler samt en gennemgang af de hyppigst foretagne overtrædelser.

Ved nævnte møde blev det blandt andet aftalt, at man fra Forbrugerombudsmandens side ville udarbejde en artikel til fotohandlerforeningens blad, »Fotohandleren«, omhandlende de i branchen hyppigst forekomne overtrædelser af markedsføringsloven. Artiklen skulle i sammenhæng med foredrag på fotohandlerforeningens årsmøde være en hjælp til branchen i den selvjustits, som Forbrugerombudsmanden forventede, at man i øvrigt udvirkede inden for branchen.

Nødvendigheden af den generelle orientering blev understreget, da en større fotokæde i løbet af forsommeren 1989 kørte en landsdækkende annoncekampagne under overskriften »Køb tre feriefilm for 100 kr. – og få pengene tilbage efter ferien«. Nævnte annoncekampagne blev i øvrigt støttet af en tilsvarende i TV2.

Som det nævnte kampagnemateriale var udformet, var det Forbrugerombudsmandens opfattelse, at forbrugeren blev foranlediget til at tro, at man ved aflevering af filmene fik de tidligere indbetalt 100 kr. tilbage, i samme øjeblik filmene blev lagt på disken, og at man herefter i øvrigt kunne tage del i den pågældende kædes sædvanlige rabattilbud på fremkaldelse og kopiering.

Denne opfattelse blev meddelt fotokæden, som meddelte, at man ville anmode de til kæden tilsluttede forretninger om at opføre sig med denne kampagne. Endvidere anmodede man om et møde med Forbrugerombudsmanden til en diskussion af de stærkt konkurrenceprægede annoncer, der i øvrigt prægede branchen.

Dette møde blev afholdt i sensommeren 1989, hvorunder Forbrugerombudsmanden orienterede om Forbrugerombudsmandens tidligere bestræbelser for regulering af branchen, herunder vedrørende hvad der var aftalt på det generelle møde i februar 1989. Forbrugerombudsmanden understregede endnu engang vigtigheden af, at branchen klargjorde sin markedsføring samt holdt en streng selvjustits. Samtidig meddelte forbrugerombudsmanden den pågældende fotokæde, at man i det omfang, det var muligt, stod til telefonisk rådighed for branchen, således at man havde mulighed for at gennemdiskutere en påtænkt annoncekampagne, forinden den blev iværksat, jfr. bekendtgørelse om regler for Forbrugerombudsmandens virksomhed § 2, stk. 2.

Efter således mundtligt at have orienteret store dele af branchen omkring markedsføringslovens problemer ved henholdsvis det i foråret generelle møde, foredragsaften i Dansk Fotohandlerforening samt ovennævnte møde, der var etableret på baggrund af en konkret annoncekampagne, færdiggjorde Forbrugerombudsmanden den på mødet i februar 1989 lovede artikel til fotohandlernes blad.

Artiklen, der blev indrykket i bladet »Fotohandleren«, nr. 5 i 1989, beskriver de hyppigst forekomne overtrædelser af markedsføringsloven, der finder sted i nævnte branche. På denne baggrund vil artiklen derfor nedenfor blive gengivet i sin helhed.

»Artikel til bladet »Fotohandleren« af Forbrugerombudsmand Frede Christensen.

Ser man på fotobranchens annoncer, reklamer og anden form for markedsføring, må man nok sige, at branchens markedsføring stadig lader en del tilbage at ønske.

I begyndelsen af året indkaldte Forbrugerombudsmanden repræsentanter for Danmarks Fotohandlerforening og de større fotokæder til et møde om de problemer, der er inden for branchen i relation til markedsføringslovens bestemmelser. Dette blev fulgt op af et foredrag om markedsføringsloven på fotohandlerforeningens landsmøde i marts måned 1989.

Denne artikel skal således ses som en opfølgning af den information, der blev givet på de nævnte møder, med henblik på at orientere en bredere kreds inden for branchen.

Siden markedsføringslovens ikrafttræden den 1. maj 1975 har der til stadighed været problemer med fotovirksomhedernes markedsføring, hvilket har resulteret i behandlingen af en række sager hos Forbrugerombudsmanden.

Branchens forskellige markedsføringstiltag kan i dag have en lidt anden drejning end dengang, vi fik markedsføringsloven og i tiden derefter, men indholdsmæssigt er det stort set de samme overtrædelser, der konstateres.

Hvad er det så for spørgsmål, der rejser sig?

Prisreklamespørgsmål er et af de vigtigste enkeltsagsområder inden for fotobranchen.

Når det gælder oplysning om selve prisen for den udbudte vare eller ydelse, er det prismærkningsloven, der finder anvendelse.

Ifølge prismærkningsloven skal detailhandleren i forretningen tydeligt oplyse om varens pris incl. moms og andre afgifter. Når der i annoncering eller på anden måde i reklamer over for forbrugeren gives prisoplysninger, f.eks. i form af oplysninger om rabat, prisnedslag eller besparelser, skal der i annonceringen eller reklamen oplyses om nettokontantprisen for den udbudte vare eller ydelse.

Prismærkningsloven administreres af Monopoltilsynet.

Er der ikke tale om oplysning vedrørende selve prisen for varen, men drejer det sig om supplerende prisoplysninger, f.eks. sammenligning med en tidligere pris eller andre fotohandlers priser, stilles der efter markedsføringsloven krav om, at prisreklamen skal være præcis, forståelig og korrekt. I annoncer og anden form for reklame må der således ikke anvendes urigtige, vildledende eller urimeligt mangelfulde oplysninger af betydning for udbud og efterspørgsel, jfr. § 2, stk. 1, i markedsføringsloven.

Forbrugerombudsmanden har i 1983 udarbejdet retningslinier for anvendelsen af en række praktisk forekommende eksempler på prisreklame.

Endvidere har Forbrugerstyrelsen netop udsendt prisreklamefolderen »Sætter De pris på?«, der er en vejledning til de erhvervsdrivende om, hvorledes de skal markedsføre sig korrekt. Folderen distribueres til de erhvervsdrivende gennem Butikshandelens Fællesråd, Dansk Organisation af Detailkæder, Det danske Handelskammer, Håndværksrådet og Dansk Postordreforening.

Almindeligt anvendte eksempler på prisreklame:

»Før og nu«, »Nu«, »Nedsat«, »Udsalg«.

Hvis en vare sælges til nedsat pris, kan der annonceres og skiltes med »før og nu«, »nu«, »nedsat« eller »udsalg«. Disse udtryk kræver, at varen er blevet solgt eller udbudt i forretningen til en højere pris i en længere periode umiddelbart før prisnedsættelsen.

I annoncering og skiltning skal den tidligere gældende pris eller prisnedsættelsens størrelse oplyses, og det skal kunne dokumenteres, at førprisen er korrekt.

Annonceres der f.eks. med et kamera til en før-pris på 695,- kr. -nu 398,- kr., skal kameraet have været til salg i forretningen til de 695,- kr. i en længere periode inden prisnedsættelsen.

»Normalpris«. Hvis detailhandleren ønsker at sammenligne sin pris med en »normalpris«, skal det præciseres, om det er forretningens eller andres normalpris, der henvises til, f.eks. ved at anføre »vor normalpris« eller »andres normalpris«.

Sammenlignes der med »andres normalpris«, skal detailhandleren kunne dokumentere, at varen i almindelighed sælges til normalprisen i de andre forretninger, der er omfattet af prissammenligningen.

»Udsalg«, »tilbud«. Det skal tydeligt fremgå af annoncer og skilte, hvilke varer der er udsalgsvarer, og hvilke der er tilbudsvare.

Tilbudsvare må ikke sælges som udsalgsvare og skal holdes adskilt fra udsalgsvarene.

»Billigere« og »billigst«. Ordene »billigere« og »billigst« kan anvendes, når der sammenlignes med konkurrenternes prisniveau. Detailhandleren skal kunne fremlægge en aktuel prisundersøgelse, der viser, at hans varesortiment sælges billigst eller billigere end i andre forretninger på markedet.

»Vejledende pris«. Hvis producent, importør eller grossist har angivet en vejledende pris for en vare eller ydelse, kan forhandleren sammenligne sin pris med den vejledende i annoncering og skiltning, hvis varen kan købes på markedet til den vejledende pris.

Hvis detailhandleren nedsætter sine egne priser og f.eks. annoncerer med »vejledende pris – nu«, skal forretningen tidligere have solgt eller udbudt varen til den vejledende pris.

I øvrigt skal den vejledende pris være anført korrekt i prissammenligningen.

Det vil således være i strid med markedsføringsloven, hvis der f.eks. reklameres med en vejledende pris på 3.995 kr. for et kamera og samtidig anføres en nu-pris på 2.995 kr., når forholdet er det, at kameraet lige et kommet på markedet, og der end ikke er angivet en vejledende pris fra leverandørens side.

Når der reklameres med udtrykket »spar«, kan udtrykket henvise til, hvad varen eller varesortimentet koster i andre forretninger, eller hvad varen tidligere har kostet. Detailhandleren skal præcisere, hvordan besparelsen opnås.

Sammenlignes der med konkurrenternes prisniveau, f.eks. ved anvendelse af udtrykket »spar 15%«, skal detailhandleren kunne fremlægge en aktuel prisundersøgelse, der viser, at han er 15% billigere end andre forretninger på markedet.

Både når der reklameres med udtrykket »spar«, »rabat« eller »rabat på vejledende pris«, skal fotohandleren oplyse om, hvad den pågældende vare eller ydelse koster, efter at rabatten er trukket fra. Der kan f.eks. oplyses således: »Forstørrelse (10x15) efter negativ – vor normale pris for 30 billeder 163,10 kr., spar 50%, nu 81,55 kr.«.

Et af de mange rabattiltag, der har været stillet spørgsmålstejn ved, er følgende: »Spar 25% på dine farvebilleder eller få en ny film«. Hvis besparelsen på 25% svarer til den almindelige pris på den tilbudte nye film, er der ikke noget i vejen for i medfør af markedsføringsloven at reklamere på denne måde. Man skal dog huske at give de nødvendige prisoplysninger, f.eks. prisen på fremkaldelse med 25%'s rabat.

Uanset om der tilbydes to, tre eller flere valgmuligheder, skal de fremsatte tilbud have den samme værdi for forbrugeren. Ved værdien forstås den pris, som forbrugeren sædvanligvis skal betale for varen eller ydelsen.

Følgende eksempel opfylder således ikke disse krav:

»Lad os fremkalde dine farvefilm og vælg mellem:

1. Ny film – 66,00 kr.
2. 25% rabat -
3. 20x30 forstørrelse – 38,00 kr.«.

Andre tiltag

Ordet »gratis« har i tidens løb også været anvendt vildledende og i strid med markedsføringsloven i en række sager, der har været til behandling hos Forbrugerombudsmanden.

Det ligger begrebsmæssigt i ordet »gratis«, at det ikke kan angive ting eller forhold, der medfører modydelse eller modforpligtelse for modtageren. Om anvendelsen af ordet »gratis« er vildledende, afhænger af den nærmere sammenhæng, hvori det forekommer. Som eksempel kan nævnes, at det er i strid med markedsføringsloven at fremhæve i annonceringen, at der tilbydes »et ekstra sæt kopier gratis«, idet det ekstra sæt kopier må anses for at være omfattet af betalingen for det første sæt kopier.

Ofte vil ordet »gratis« blive brugt i forbindelse med reklamering for en tilgiftsydelse. Dette bringer os hen til hele *tilgiftsproblematikken*, som har været til behandling i en række sager inden for fotobranchen.

Ifølge § 6, stk. 1, i markedsføringsloven må erhvervsdrivende ikke ved salg af varer eller fast ejendom til forbruger eller ved udførelse af arbejds- og tjenesteydelser for forbruger yde tilgift, eller hvad der må sidestilles hermed, medmindre tilgiften er af ganske ubetydelig værdi. Reklamering med ulovlig tilgift er ligeledes forbudt.

Sø- og Handelsretten tog i 1985 stilling til en reklametryksag med tilbud om fremkaldelse af en film og erhvervelse af en ny film.

Sø- og Handelsretten fandt ikke, at der var tale om overtrædelse af markedsføringslovens § 6, stk. 1, idet de to ydelser fremtrådte som et samlet tilbud til én pris og var ligeværdige, hvorfor der ikke var tale om nogen vildledning med hensyn til prisforholdene.

Efter afsigelsen af denne dom vil det efter min opfattelse i almindelighed ikke være i strid med markedsføringsloven, at en fotohandler i forbindelse med tilbud om fremkaldelse af film tilbyder en ny film. Hvis tiltaget fremstår som et kombinationssalg uden tilgiftspræg, og uden at det anføres, at den nye film er gratis, vil forholdet som udgangspunkt være lovligt efter markedsføringsloven.

I tidens løb har mange fotohandlere også benyttet sig af det begreb, der hedder *fast indbytningspris*. Fotohandleren tilbyder f.eks. 300 kr. for det gamle kamera ved køb af et nyt.

I denne forbindelse kan jeg henvise til, at Sø- og Handelsretten tidligere har udtalt, at det er i strid med god markedsføringsskik, jfr. § 1 i markedsføringsloven, at tilbyde forbrugerne et fast beløb for en ubeset vare, der gives i bytte ved køb af en ny, såfremt det drejer sig om en branche, hvor pris- og avanceforholdene er uklare eller vanskeligt gennemskuelige, eller hvor der i øvrigt foreligger en vis usikkerhed med hensyn til kvalitetsbedømmelse og prisberegning, således at sammenligninger er vanskelige.

Der vil således på den baggrund blive skredet ind over for tiltag af denne karakter inden for fotobranchen.

Da der har været en del interesse omkring begrebet »hurtig-svar gaver« ved køb af fotoprodukter, finder jeg anledning til at præcisere, at det kun er i orden, hvis gaven kan erhverves uden købspligt.

Også inden for fotobranchen reklameres der med et års *garanti* på nye varer, hvilket er i strid med markedsføringsloven. Ordet »garanti« forudsætter, at køberen stilles bedre end efter købeloven, og da køberen efter købeloven har ret til at reklamere over mangler i indtil et år efter købet, skal reklamationsretten udvides i tid i forhold til étårsfristen. Det vil således være lovligt efter markedsføringsloven at reklamere med halvandet eller to års garanti eller mere på nye produkter.

En række fotohandlere har i tidens løb også overtrådt § 8 i *markedsføringsloven*, der forbyder, at erhvervsdrivende fordeler gevinster ved lodtrækning, præmiekonkurrencer eller anden foranstaltning, hvis udfald helt eller delvis beror på tilfældet.

Et eksempel herpå kunne være: »Få dine film fremkaldt her og vind et kamera – vi trækker lod hver uge om x antal kameraer – alt du skal gøre er at gemme dit nummer på fotoposen«.

Jeg mener med denne redegørelse at have berørt de vigtigste spørgsmål vedrørende fotobranchens markedsføring og håber på denne måde at have hjulpet branchen i dens selvjustits i forhold til prismærkningsloven og markedsføringsloven.

Ønsker man at få yderligere oplysninger om, hvad der er korrekt markedsføring, kan man altid rette henvendelse til Forbrugerstyrelsen, der er sekretariat for Forbrugerombudsmanden, på telefon 33 13 87 11 og 33 91 24 66.«

2.2.5.2. **Vildledende markedsføring vedrørende tilslutning til kabel-TV**

Et telefonselskab udsendte et tilbud om at få indlagt kabel-TV til 11.000 husejere i en mindre kommune. I tilbudsmaterialet var det anført, at »En tilslutning koster en eengangsudgift på 1.995 kr.«. På tilmeldingskortet var det endvidere anført, at *»Jeg er villig til at betale eengangsudgiften på 1.995 kr. for en komplet antenntilslutning ind til min TV-stue«*.

Efterfølgende viste det sig, at forbrugeren ud over tilslutningsafgiften skulle betale for kabelnedgravning – et arbejde der kunne beløbe sig til flere tusinde kr.

TV-udsendelsen Landet Rundt bragte et indslag om sagen og rådførte sig i denne anledning med Forbrugerstyrelsen. Styrelsen udtalte, at den pågældende markedsføring var i strid med markedsføringslovens § 2, stk. 1, idet markedsføringsmaterialet var udformet således, at forbrugeren fik indtryk af, at gravearbejdet var inkluderet i prisen på 1.995 kr.

Twisten om, hvorvidt den enkelte forbruger, der havde tilmeldt sig på baggrund af det pågældende markedsføringsmateriale, kunne fastholde KTAS Kabel-TV på tilmelding for i alt 1.995 kr., kan ikke afgøres af Forbrugerombudsmanden. Ifølge Forbrugerklagenævnets virksomhedsbekendtgørelse kan nævnet ikke behandle sager vedrørende arbejds- og tjenesteydelser til fast ejendom, hvorfor heller ikke Forbrugerklagenævnet kunne behandle sagen. Hvis tvisten ikke kunne forliges, måtte spørgsmålet forelægges domstolene.

Ifølge oplysninger i dagspressen har KTAS Kabel-TV efterfølgende i skrivelse til de 11.000 husejere tilbudt tilslutning til i alt 1.995 kr. *inklusive* gravning. (J.nr. FO 89-1649-8)

2.2.5.3. **Naturgasselskabernes prisfastsættelse og markedsføring**

I slutningen af august måned tilbød Naturgasselskaberne en nøglefærdig standardinstallation til ca. 16.900 kr. og en ny naturgasbrænder til ca. 1.900 kr. til kunder, der alene behøvede at udskifte deres gamle oliebrænder. Tilbudet blev givet til de kunder, der indgik aftale om installation af naturgas mellem d. 1. september og d. 31. oktober 1989.

Før d. 1. september 1989 var priserne for installation af naturgas en del højere – i visse tilfælde ca. 15.000 kr. højere. De forbrugere, der indgik aftale om installation af naturgas før d. 1. september 1989 har således betalt en højere pris end de forbrugere, der indgik aftalen efter d. 1. september 1989. På baggrund af utallige henvendelser fra forbrugere, der oplevede situationen som urimelig, udtaltes, at man ikke i medfør af markedsføringsloven kan tage stilling til, hvilken pris en given vare/tjenesteydelse skal sælges for. Før d. 1. september 1989 blev naturgasinstallationer m.v. imidlertid i visse tilfælde markedsført som værende billigst under henvisning til diverse rabatter og lignende, og i adskillige tilfælde er forbrugere enten mundtligt eller skriftligt i markedsføringsmaterialet blevet opfordret til at indgå aftale straks under henvisning til, at priserne

for installation senere vil stige. Sekretariatet udtalte, at såfremt en forbruger opfordres til at købe en vare/tjenesteydelse under henvisning til, at prisen vil stige på et senere tidspunkt, så bør sådanne prisoplysninger være korrekte og forudsigelige. I modsat fald vil der være tale om vildledende og urimeligt mangelfulde angivelser i strid med markedsføringslovens § 1 og § 2, stk. 1. (J. nr. FO 89-1640-1)

2.2.5.4. Prisreklame, »Før indtil .. kr. Nu .. kr.«

En forretning havde i annoncer udbudt et vareparti, hvor ikke alle varer var identiske, til salg med prisangivelsen »før indtil .. kr. nu .. kr.«.

Forbrugerstyrelsen fandt, at annoncens prisoplysninger var mangelfulde, og udtalte, at det generelle prisudsving skal oplyses i annoncen, f.eks. »før fra .. kr. (laveste førpris) indtil .. kr. (højeste førpris) nu .. kr.«.

Forbrugerstyrelsen gjorde endvidere opmærksom på, at anvendelse af ovennævnte prisangivelse forudsætter, at der er en rimelig prismæssig fordeling af varerne, således at antallet af varer, der før blev solgt til den højest angivne førpris, ikke står i misforhold til antallet af varer, der før blev solgt til den lavest angivne førpris. (J.nr. FO 89-4131-227)

2.2.5.5. »Gratis« pålægning af gulvtæpper

En erhvervsdrivende annoncerede med gratis pålægning af vægtil-væg gulvtæpper. Annoncerne indeholdt tillige en prisgaranti, hvorefter den erhvervsdrivende betalte prisdifferencen, hvis en køber kunne finde tæpper i samme kvalitet til lavere pris.

Under henvisning til annonceringen indbragte en køber en sag for Forbrugerstyrelsen.

Klageren havde i en anden forretning fundet et tilsvarende gulvtæppe, hvis pris pr. kvadratmeter var 20 kr. lavere end prisen for det gulvtæppe, der var købt hos annoncøren. Den anden forretning beregnede sig dog 14 kr. pr. kvadratmeter for pålægningen.

Da klageren ville udnytte prisgarantien, betalte annoncøren kun 6 kr. pr. kvadratmeter, idet man ved beregningen af prisdifferencen indregnede den anden forretnings vederlag for pålægning. Annoncøren ville ikke høre på klagerens indvendinger om, at pålægningen af hans tæppe »jo var gratis« ifølge annoncen.

Forbrugerstyrelsen indbragte sagen for Forbrugerklagenævnet, ligesom man tog den op til behandling efter markedsføringslovens bestemmelser.

Sagens behandling i Forbrugerklagenævnet.

Forbrugerklagenævnet fandt, at når den indklagede annoncerede med gratis pålægning, havde klageren en berettiget forventning om, at prisen for tæppet ikke var inklusive vederlag for pålægningen. Nævnet gav derfor klageren medhold i, at indklagede i henhold til prisgarantien skulle godtgøre yderligere 14 kr. pr. kvadratmeter. (J.nr. FKN 89-220-338)

Sagens behandling efter markedsføringsloven.

Sager om anvendelsen af udtrykket »gratis« har været omtalt i flere tidligere årsberetninger. Efter Forbrugerombudsmandens opfattelse er anvendelsen af udtrykket »gratis« vildledende eller urigtigt, medmindre den »gratis« ydelse ikke er betinget af en modydelse eller anden form for forpligtelse for erhververen. Ovennævnte sag illustrerer, hvorledes vildledning kan finde sted.

I en del sager om »gratis ydelser« er der endvidere tale om ulovlig tilgift. Afgrænsning mellem ulovlig tilgift og en »gratis« ydelse, som er en naturlig del af den samlede ydelse, kan dog være vanskelig at foretage.

For så vidt angår væg-til-væg tæpper har Forbrugerombudsmanden med støtte i Sø- og Handelsrettens dom af 16. februar 1967 udtalt, at måltagning, udskæring og pålægning, der består i at rulle tæppet ud og foretage mindre korrektioner, er en integreret del af en aftale om køb af et væg-til-væg tæppe.

Det påtaltes over for den erhvervsdrivende, at anvendelsen af udsagnet »gratis« var i strid med markedsføringslovens § 2, stk. 1, ligesom man redegjorde for Forbrugerombudsmandens praksis vedrørende ulovlig tilgift, jfr. markedsføringslovens § 6, stk. 1. Forbrugerstyrelsen vil herefter følge den erhvervsdrivendes annoncering og overveje en straffesag, hvis annoncerne ikke indrettes i overensstemmelse med styrelsens anvisninger. (FO 1.kt. 89-4131-226)

2.2.5.6. Prøvetilbud: X-præparat i 10 dage gratis

En annonce for et energigivende præparat indeholdt ovennævnte overskrift.

Ved henvendelse til virksomheden kunne interesserede forbrugere imidlertid ikke få udleveret 10 gratis kapsler af det nævnte præparat. Virksomheden forklarede, at man fik de 10 gratis kapsler ved at købe et glas med 100 kapsler til en bestemt pris, hvorved man sparede et beløb, der svarede til 10 kapsler.

På Forbrugerstyrelsens forespørgsel oplyste virksomheden, at 10 kapsler ikke kan give den ønskede effekt, som først opnås efter 1 måneds forbrug. På denne baggrund mente virksomheden at forbrugere og forhandlere havde forstået, at gratis prøve tilbuddet gik på rabatten, der svarede til værdien af 10 dages forbrug. Virksomheden accepterede dog at stoppe annonceringen omgående. Annonceringen fandtes stridende mod markedsføringslovens § 2, stk. 1. (J.nr. FO 89-4134-1)

2.2.6. Postordre

2.2.6.1. Generelt om postordresalg, herunder bog- og pladeklubber

Forbrugerstyrelsen har i 1989 behandlet en del sager vedrørende postordresalg. Sagerne har indeholdt markedsføringsretlige problemer og/eller spørgsmål omkring det aftaleretlige grundlag.

En del postordretilbud tilbydes gennem kuponhæfter, der udsendes flere gange om året til samtlige landets husstande. I slut-

ningen af året fandt styrelsen, at der var et behov for at gennemgå generelle markedsføringsretlige problemer med udgiverne af disse og med postordreforeningen. Forbrugerombudsmanden indkaldte derfor til et møde. Hensigten var at informere, således at udgiverne og postordreforeningen kunne udøve selvjustits blandt medlemmer og annoncører i kuponhæfterne.

På mødet blev følgende hovedproblemer gennemgået:

1. *Uanmodet fremsendelse* af varer er et problem, som Forbrugerstyrelsen får adskillige henvendelser om, hvor uvedkommende har foretaget bestillinger i andres navn. Styrelsen foreslog, dels at portoen for bestillingskuponer ikke betales af annoncørerne, dels at forbrugerne skal afgive sin underskrift på bestillingskuponen.

2. Det *egentlige tilbud* skal markedsføres på en mindst lige så fremtrædende måde som *introduktionstilbudet*. Annoncerne bør klart og tydeligt angive, hvad de primært går ud på. I mange annoncer er introduktionstilbud fremhævet med store typer, således at de dominerer hele annoncen. Det egentlige tilbud om medlemsskab/abonnement er anført på en mindre iøjnefaldende måde.

Medlems- og abonnementsbetingelserne skal anføres klart, tydeligt og iøjnefaldende i annoncen. Betingelsen må således ikke alene være anført på bestillingskuponer.

3. Ind imellem forekommer der annoncer, hvor forbrugeren tilbydes en »hurtigt-svar-gave«, uden at erhvervelsen af denne gave er købsbetinget. Muligheden for at erhverve »hurtigt-svar-gaven« uden at foretage køb må være reel, idet der ellers vil kunne foreligge ulovlig tilgift. Oplysningen om, at tilbudet ikke er købsbetinget, må markedsføres på en tydelig og iøjnefaldende måde. Porto og ekspeditionsomkostningerne i forbindelse med fremsendelsen af gaven må ikke overstige den faktiske udgift. Endvidere må annoncørerne skabe en reel mulighed for forbrugeren til selv at afhente »gaven«, således at porto og gebyr kan spares.

4. Betegnelserne »gratis«, »gave« og »uforpligtende« må i øvrigt alene benyttes, såfremt der er tale om en gratis ydelse, uden at denne medfører en modydelse eller en modforpligtelse fra forbrugers side. I adskillige af annoncerne anvendes ordet »gratis« samtidig med, at det i annoncerne anføres, at forbrugeren dog skal betale porto og ekspeditionsgebyr. Oplysningen om porto og gebyr skal anføres umiddelbart i forbindelse med ordet »gratis« og på en lige så iøjnefaldende måde, således at læseren, straks han opfatter udtrykket »gratis« også er klar over, at der skal betales ekspeditionsgebyr, hvis varen fremsendes.

5. Prisoplysningerne skal følge kravet om god markedsførings-skik. Forbrugerstyrelsen har udgivet pjecen »*Sætter De pris på?*«, der redegør nærmere for anvendelsen af prisangivelser.

Styrelsen havde særligt bemærket, at annoncører i flere annoncer tilbød to stykker af en vare med angivelse af en pris. Efter prisen anførtes det med meget små bogstaver »pr. stk.«. Denne oplysning skal gives klart og iøjnefaldende.

6. Erklæringer om ydelse af *garanti* eller lignende må kun anvendes, såfremt erklæringen giver modtageren en bedre retsstilling

end den, han har efter lovgivningen, jfr. således § 4 i markedsføringsloven.

Forbrugerombudsmanden har udarbejdet retningslinier for anvendelse af garantiudsagn i reklamer og aftalevilkår.

7. Annoncørerne skal *angive navn og adresse* og ikke blot postboks.

8. Såfremt der i annoncerne tilbydes *kreditkøb* skal der ifølge lov om køb på kredit angives en lang række oplysninger, jfr. nævnte lovs § 8 og § 2 i bekendtgørelse nr. 112 af 21. marts 1983.

9. *Tidsbegrænsninger* må kun anføres, såfremt de er reelle. Det må f.eks. ikke anføres, at tilbud kun gælder i 10 dage, såfremt annoncøren faktisk ikke håndhæver denne tidsbegrænsning. Såfremt tilbud er reelt tidsbegrænsede, bør datoerne for, i hvilket tidspunkt tilbudet gælder, anføres.

10. *Cpr-numre* skal i en del tilmeldingskuponer angives af forbrugeren. Dette finder styrelsen ikke er i overensstemmelse med god markedsføringsskik bortset fra tilfælde, hvor annoncøren er indberetningspligtig til skattevæsenet. Kortudstedere, der er omfattet af lov om betalingskort m.v., kan kræve forbrugernes cpr-numre oplyst, da disse kortudstedere har indberetningspligt med hensyn til rente over for skattemyndighederne.

11. Visse *brevkurser* giver ikke forbrugerne adgang til udmeldelse under kurset bortset fra den særlige opsigelsesadgang i dørsalgsloven, der indebærer, at en forbruger tidligst kan komme ud af kurset efter 1 år. Forbrugerstyrelsen har haft en del sager i tidens løb, hvor forbrugerne ikke havde været opmærksom på den manglende mulighed for udmeldelse. Dette skyldes nok, at man i de andre »klubber« giver mulighed for at melde sig ud uden varsel.

Såfremt der ikke er mulighed for at opsige på et hvilket som helst tidspunkt, vil det være bedst i overensstemmelse med god markedsføringsskik, såfremt dette udtrykkeligt anføres i annoncen.

2.2.6.2. **Guldsmykker med diamanter**

I et husstandsomdelt postordrekatalog annoncerede et schweizisk postordrefirma med ægte hvidguldtringe med diamanter og diamentvedhæng i massivt guld med ægte diamanter. I annoncen blev det vedrørende guldringen med diamanter oplyst, at hver af de seks diamanter havde en slibning med 16 facetter, at der medfulgte et ægthedscertifikat, og at diamanstørrelsen var på ca. 0,05 karat. For diamentvedhængen blev det oplyst, at der i halscollieret var 6 ægte diamanter, og at hver diament havde en slibning med 16 facetter.

Forbrugerstyrelsen påtalte over for det schweiziske postordrefirma, at det må anses for vildledende at angive en karatstørrelse for diamanter på 0,05, når det ikke af annoncen fremgik, om karatstørrelsen var for hver enkelt af de 6 diamanter eller for de 6 diamanter tilsammen, ligesom Forbrugerstyrelsen fandt, at det ville være bedre stemmende med god markedsføringsskik, om diamanstørrelsen var angivet for halscollieret.

I annoncerne var det endvidere angivet, at ringen var en hvid-

guldsring, og at halscollieret var af 14 karat massivt guld, og at der til halscollieret medfulgte en 40 cm lang halskæde. Forbrugerstyrelsen fandt, at det måtte anses for vildledende kun at betegne ringen som hvidguldsring uden angivelse af guldets karatstørrelse. Forbrugerstyrelsen påtalte endvidere, at det var vildledende at angive, at en halskæde medfulgte til diamantvedhængen, uden at det blev oplyst, at halskæden ikke var fremstillet af guld, idet forbrugerne fik det umiddelbare indtryk, at halskæden, ligesom vedhængen, var fremstillet af 14 karat guld.

Firmaet tog styrelsens synspunkter til efterretning.

Den ansvarlige udgiver af postordrekataloget og Dansk Postordreforening er informeret om Forbrugerombudsmandens udtalelse. (J.nr. FO 89-229-17)

Forbrugerombudsmanden afholdt i slutningen af året et møde med postordreforeningen og to udgivere af postordrekataloger, hvor de generelle markedsføringsretlige problemer blev gennemgået. Formålet med mødet var, at postordreforeningen og udgiverne af hæfterne formidlede Forbrugerombudsmandens budskab videre til samtlige annoncører i hæfterne, herunder at der så vidt muligt skabtes højest mulig selvjustits. Således er det Forbrugerombudsmandens håb, at udgiverne gør annoncørerne opmærksom på eventuelle markedsføringsretlige problemer i forbindelse med udformningen af annoncer. (J.nr. FO 89-220-3)

2.2.6.3. »Hvidguldsrodineret« alliancering. Smykkesæt med »Blå »safirer«

I flere udgaver af husstandsomdelte postordrekataloger markedsførte et smykkefirma en alliancering og et smykkesæt. I annoncerne for allianceringen oplystes det, at den var fremstillet af »hvidguldsrodineret massivt Sterling sølv«. For smykkesættet oplystes det, at der var »blå »safirer«, og at alle indfatninger var »hvidguldsrodinerede«.

Firmaet oplyste til Forbrugerstyrelsen, at allianceringen var fremstillet af Sterling sølv, hvis holdighed for Sterling sølv var kontrolleret af Ædelmetalkontrollen. Ringen var derefter rodineret med 5 mikrom rodium. Firmaet angav, at anvendelsen af ordet »hvidguldsrodineret« var en information til forbrugerne om, at ringen og smykkesættet havde samme udseende som en hvidguldsring. Efter firmaets opfattelse havde forbrugerne ikke kendskab til ordet rodineret. For betegnelsen »blå safirer« for stenene i smykkesættet angav firmaet, at det var angivet med citationstegn for at udtrykke forbehold over for ordet safir. Derved skulle forbrugerne klart være informeret om, at det ikke var ædelstene men syntetiske safirer. Selve indfatningerne til smykkesættet var fremstillet af messing belagt med rodium.

Ædelmetalkontrollen oplyste til Forbrugerstyrelsen, at søvallianceringen var omfattet af ædelmetalkontrollovens regler om markedsføring af ædelmetalarbejder. Ifølge denne lovgivning må der ikke markedsføres med betegnelser, der angår eller kan forveksles

med de ædle metaller, som loven omfatter. Ædelmetallet guld, og dermed også hvidguld (= affarvet guldlegering) er omfattet af loven. Ædelmetalkontrollen fandt derfor, at betegnelsen »hvidguldsrodineret på massivt Sterling sølv« måtte antages at kunne vildlede forbrugeren ved at give indtryk af indhold af guld, eller i det mindste at ringen er mere værdifuld end en almindelig rodineret sølvring. Smykkesættet af rodiumbelagt messing, der ligeledes blev annonceret som »hvidguldsrodineret«, men uden angivelse af, at det bestod af messing, var ligeledes omfattet af ædelmetalkontrollens regler om platinmetal, idet rodium tilhører dette. Ifølge Ædelmetalkontrollens opfattelse var anvendelsen af ordet »hvidguldsrodineret« ligeledes vildledende, da varen ikke har noget indhold af guld. Ædelmetalkontrollen fandt derfor, at firmaets markedsføringsudtryk var et forsøg på at finde en annoncering, der skulle give indtryk af varer med en større værdi, end tilfældet var.

Guldsmedefagets Fællesråd oplyste til Forbrugerstyrelsen, at betegnelsen »hvidguldsrodineret« efter rådets opfattelse var uden korrekt mening og let kunne give indtryk af, at genstanden var af guld eller belagt hermed.

For så vidt angik varebetegnelsen for de syntetiske stene var denne efter Fællesrådets opfattelse ukorrekt og blev ikke mere acceptabel af, at betegnelsen blev sat i citationstegn. For så vidt angik de ædle stene henviste Fællesrådet til »Dansk Ædelstensnomenklatur«, hvori det om regler for handelsbetegnelser er angivet, at syntetiske sten skal betegnes som syntetiske sten, og at ordet syntetisk ikke må erstattes med et andet ord, selvom dette ville give udtryk for, at der forelå et med menneskeligt virke fremstillet produkt. Det er dog tilladt for en syntetisk sten at benytte det mineralogiske navn på den natursten, hvis kemiske og fysiske forhold den svarer til, men der skal til det mineralogiske navn føjes ordet syntetisk. Stenen blå safir er en ædelsten, og efter ædelstensnomenklaturen er det ikke korrekt at betegne en syntetisk sten som blå »safir«.

Forbrugerstyrelsen fandt derfor, at firmaets annoncering vedrørende allianceringen og smykkesættet havde været i strid med markedsføringslovens § 2, stk. 1, og reglerne i lov om kontrol med arbejder af ædle metaller.

Da firmaet tidligere af Ædelmetalkontrollen havde fået påtalt markedsføringen af ringen med vildledende angivelser, anmodede Forbrugerombudsmanden Anklagemyndigheden om at rejse tiltale ved Sø- og Handelsretten i København med påstand om straf af bøde.

Under sagens forberedelse i Sø- og Handelsretten accepterede firmaet at betale en bøde på 20.000 kr.

2.2.6.4. Familieforsikring

Forbrugerstyrelsen blev opmærksom på, at et forsikringsselskab gennem annoncering i et *kuponhæfte* tilbød forbrugerne en familieforsikring. Annoncen indeholdt en *kupon*, der bestod af en *forsikringsbegæring samt en rubrik beregnet til opsigelse af eventuel eksisterende forsikring i andet selskab*. I øvrigt indeholdt annoncen en kort

redegørelse for forsikringens indhold, herunder dækningsomfang, samt pris.

Forsikringsselskabet oplyste, at alle forbrugere, der tegnede forsikring via kuponen, fik tilsendt forsikringsbetingelserne samt oplysning om 8 dages fortrydelsesret. Opsigelse af eventuel anden forsikring blev først effektueret efter fristens udløb. Endvidere havde forsikringsselskabet til hensigt fremover også at oplyse om fortrydelsesretten i annoncerne.

Efter høring i Assurandør-Societetet meddelte Forbrugerombudsmanden forsikringsselskabet, at annoncer for familieforsikring, der indeholder opfordring til umiddelbart at tegne en forsikring, må være tilrettelagt således, at forbrugeren får en *forsvarlig information om forsikringens dækningsomfang og præmie, inden forsikringen tegnes*. Såfremt en udbudt familieforsikring har et dækningsområde eller vilkår, der væsentligt afviger fra, hvad der er sædvanligt på markedet, må dette udtrykkeligt fremhæves i annoncen. I denne forbindelse blev det nævnt, at der er et særligt behov for, at selskaberne medvirker til at begrænse risikoen for, at der opstår tilfælde af underforsikring, uden at forbrugeren har været på det rene med konsekvenserne heraf. Endvidere bør det fremgå af annoncen, at forbrugeren kan få forsikringsbetingelserne tilsendt, inden forsikringen tegnes. Forsikringsbetingelserne bør fremsendes senest sammen med policen.

Besvarelsen forudsatte, at forbrugeren får en 8 dages fortrydelsesret, således som selskabet allerede praktiserede det. (J.nr. FO 89-1614-71)

2.2.7. Ejendomsformidling/fast ejendom

2.2.7.1. Generelt om ejendomsformidling og udlejning

I det forløbne år er der sket en kraftig strukturudvikling på ejendomsformidlerområdet. En række ejendomsformidlerkæder har gennem franchise- eller samarbejdsaftaler med finansielle selskaber set dagens lys. I kølvandet på denne udvikling er fulgt en voldsom og til tider noget aggressiv annoncering.

Mange af disse sager har omhandlet *salgs- og annoncegarantier*. I hovedtræk går en salgsgaranti ud på, at ejendomsformidleren garanterer, at den faste ejendom sælges inden et nærmere fastsat tidspunkt. Skulle dette mod forventning ikke ske, indestår ejendomsformidleren for, at forbrugeren friholdes for betaling af visse udgifter – typisk annonceudgifter.

Forbrugerombudsmanden har tidligere udtalt sig imod anvendelsen af denne form for garantier i forbindelse med formidling af salg af fast ejendom, idet det ikke kan udelukkes, at en sådan sammenblanding af ejendomsformidleren og forbrugers økonomiske interesser virker bestemmende for ejendomsformidlerens pligt til på uvildig måde at rådgive forbrugeren, se således Forbrugerombudsmandens beretning 1979-1980 s. 67. Forbrugerstyrelsen fandt dog grundet antallet af sager samt den på ejendomsmarkedet ændrede situation anledning til at høre brancheorganisationerne,

inden endelig afgørelse blev truffet i sagerne. Da samtlige organisationer på dette punkt anlagde samme holdning, som Forbrugerombudsmanden tidligere havde givet udtryk for, udtalte Forbrugerstyrelsen, at man fandt den pågældende form for markedsføring stridende mod markedsføringslovens § 1, og det henstilledes, at de pågældende ejendomsformidlere straks ophørte med at anvende garantier i markedsføringen på den ovenfor beskrevne måde. Langt de fleste ejendomsformidlere fulgte straks henstillingen – en enkelt sag er dog stadig verserende.

Inden for ejendomsformidlerbranchen har Forbrugerstyrelsen i årets løb også modtaget diverse andre klager vedrørende annoncering i strid med markedsføringsloven. En af disse vedrørte et ejendomsmæglerkontors annoncering med, at *forbrugerne ved at gætte, hvor mange Legoklodser*, der var brugt til en Lego modelby, *kunne deltage i lodtrækningen* om et antal præmier, hvoraf førstepræmien var et B&O farve-TV. Forbrugerstyrelsen meddelte firmaet, at den pågældende konkurrence var omfattet af forbudet i markedsføringslovens § 8, stk. 1, idet der ville være tale om en gevinstfordeling på tilfældigt grundlag. Forbrugerstyrelsen henstillede derfor, at præmiefordeling ikke blev foretaget, hvilket firmaet skriftligt bekræftede. (j.nr. FO 89-5322-18)

2.2.7.2. **Annulationsgebyr opkrævet uden hjemmel**

Forbrugerstyrelsen modtog en henvendelse fra en sommerhusejer, der havde indgået aftale med et udlejningsbureau om udlejning af sit sommerhus. Lejeaftalen gjaldt hele året 1989. I november 1988 besluttede sommerhusejeren af forskellige personlige grunde at sælge sit sommerhus, hvorfor han meddelte udlejningsbureauet, at han ønskede at annullere udlejningsaftalen. Dette accepterede bureauet.

I april 1989 blev sommerhusejeren imidlertid mødt med et krav om betaling af et annulationsgebyr på 630 kr. til trods for, at udlejningsbureauet ikke kunne dokumentere at have lidt økonomisk tab som følge af aftalebruddet. Sommerhusejeren forelagde sagen for Forbrugerstyrelsen, der udtalte, at det efter styrelsens opfattelse efter omstændighederne var i strid med god markedsføringsskik, jfr. markedsføringslovens § 1 at opkræve et sådant annulationsgebyr, når dette ikke på forhånd var aftalt.

Sagen sluttede derved, at udlejningsbureauet tilbagebetalte sommerhusejeren 630 kr. og meddelte, at man fremover ville medtage oplysningen om annulationsgebyr i kontraktvilkårene. (J.nr. FO 89-1534-10)

2.2.7.3. **Vildledende oplysninger givet ved kontraktens fremsendelse**

Forbrugerombudsmanden modtog en henvendelse fra en forbruger, der gennem et udlejningsbureau havde indgået aftale om udlejning af sit sommerhus i kalenderåret 1988. Ved fremsendelsen af udlejningskontrakten til forbrugeren skrev bureauet i et medfølgende brev, at der ifølge fortrydelsesparagraffen i kontrak-

ten var opsigelse med kun 7 dages varsel. Senere i brevet fremhævedes det igen, at der kunne opsiges med kun 7 dages varsel.

I september 1988 modtog forbrugeren en ny udlejningskontrakt for kalenderåret 1989, som straks blev returneret til bureauet, idet forbrugeren ikke ønskede at forny aftalen for endnu et år. Herefter rettede bureauet henvendelse til forbrugeren og gjorde opmærksom på, at aftalen automatisk løb videre fra år til år, medmindre den blev opsagt inden 1. juli i året før. Man henviste til kontraktens § 14.

Selv om der i kontraktens § 14 fandtes en bestemmelse om automatisk forlængelse af kontrakten for et år ad gangen, samt om, at opsigelse skulle ske pr. anbefalet brev senest 1. juli året før, fandt Forbrugerombudsmanden, at det ville være bedst stemmende med god markedsføringsskik, om firmaet i rimelig tid inden denne dato pr. brev mindede forbrugerne om den automatiske forlængelse. Endvidere udtalte Forbrugerombudsmanden:

»Jeg har bemærket, at De i brevet af 25. januar 1988 til forbrugeren under overskriften: »Markedets bedste udlejningsbetingelser«, fremhæver opsigelsesvilkårene. De oplyser, at aftalen kan opsiges med 7 dages varsel, og henviser til kontraktens punkterne 5 og 6. En fremhævelse af opsigelsesadgangen under disse overskrifter vil efter min opfattelse være vildledende og urimeligt mangelfuld i strid med markedsføringslovens § 2, stk. 1, såfremt det ikke samtidigt nævnes, at opsigelse skal ske ved anbefalet brev senest d. 14. juli for kommende år, jfr. udlejningsbetingelsernes punkt 14.« (J.nr. FO 88-1534-7)

2.2.8. Finansiell virksomhed

2.2.8.1. Arbejdsgruppe vedrørende pengeinstitutternes standardvilkår over for forbrugere

Arbejdsgruppen, der er nedsat af Forbrugerombudsmanden, har haft til opgave at gennemgå et repræsentativt udvalg af standarddokumenter, der regulerer aftaleforholdet mellem pengeinstitutter og forbrugere. Arbejdsgruppen har behandlet 5 centrale emner. Arbejdsgruppen har afleveret delrapport til Forbrugerombudsmanden vedrørende etablering af ind- og udlånsaftaler, standardvilkår om rente, provision, gebyrer m.v., samt opsigelsesbestemmelser.

I 1989 har arbejdsgruppen behandlet emnerne forfalds- og misligholdelsesklausuler samt modregning. Delrapport vedrørende de nævnte emner forventes afleveret til Forbrugerombudsmanden i marts 1990. Forbrugerombudsmanden vil herefter vurdere arbejdsgruppens anbefalinger og træffe afgørelse om, hvorledes han finder, at disse kan udmøntes.

Arbejdsgruppens principielle holdning har været, at de centrale vilkår for aftalen bør fikseres i aftaledokumentet, og arbejdsgruppen kan anbefale, at der i aftaledokumentet gives så præcise oplysninger som muligt om omkostninger og gebyrer. Anbefalingerne bliver nu på flere punkter lovfæstede via kreditaftaleloven.

Som kernepunkter fra rapporterne kan nævnes følgende:

1. Renteændringsklausulerne

Forbrugerombudsmandens repræsentant har i første delrapport givet udtryk for den opfattelse, at den renteændringsklausul, der i dag anvendes af pengeinstitutterne, ikke findes at leve op til de krav, der normalt må stilles efter markedsføringsloven. Pengeinstitutforeningerne har ikke været enige heri.

2. Opsigelsesbestemmelser

Forbrugerombudsmandens repræsentant har i første delrapport givet udtryk for den opfattelse, at det ikke anses for rimeligt efter markedsføringslovens bestemmelser med en ganske enkel opsigelsesadgang til for den ene part i et løbende kontraktsforhold med intet eller et ganske kort varsel og uden nærmere begrundelse at kræve et lån eller en kredit indfriet, som hidtil er blevet afviklet i overensstemmelse med aftalen. Der har ikke kunnet opnås enighed om en ændret formulering af opsigelsesbestemmelsen.

3. Forfalds- og misligholdelsesklausuler

Arbejdsgruppen anbefaler, at der indføres en påkravsregel i lånedokumenter, således at manglende eller for sen betaling ikke umiddelbart kan medføre, at restgælden er forfalden til betaling, mens pengeinstituttet *kun* kan forlange gælden indfriet, hvis debitor ikke har opfyldt sine forpligtelser *senest 8 dage efter*, at skriftligt påkrav herom er afsendt til debitor på den af pengeinstituttet senest kendte adresse.

Hvad angår omkostninger, gebyrer o.lign. i forbindelse med misligholdelse, anbefaler arbejdsgruppen, at arten af de oplysninger, der kan afkræves forbrugerne, angives under aftaledokumentets afsnit om misligholdelse, samt at det af bestemmelserne fremgår, at forbrugeren på anmodning kan få nærmere oplysning om disses størrelse og beregning.

4. Modregning

Arbejdsgruppen udtaler, at behovet for nødvendigheden af standardvilkår og modregning i almindelige dokumenter over for forbrugere ikke findes at være så påtrængende. Udgangspunktet for modregning må således antages at være de almindeligt gældende regler og ikke den udstrakte adgang, pengeinstitutterne hidtil har fundet hjemmel til via de almindelige forretningsbetingelser.

Pengeinstitutforeningerne har under arbejdsgruppens gennemgang af standardvilkårene givet udtryk for, at man ønsker at ændre standardvilkårene, således at institutterne anvender et sæt standardvilkår til erhvervsforhold og et andet sæt til »kerneforbrugere«. (J.nr. FO 87-1611-33)

2.2.8.2. **Krav til information ved aktietegning. Tegning af aktier i en sparekasse**

I forbindelse med, at en sparekasse skulle omdannes til aktieselskab, annoncerede sparekassen med et *tilbud om en aktiesparekonto*, på hvilken forbrugeren kunne hensætte et beløb *til senere køb af aktier* i den pågældende sparekasse. *Før* omdannelsen til aktieselskab ville kontoindehaverne få et brev fra sparekassen med orientering

om kurs, tegningsbeløb m.v. for aktierne. Sparekassen ville herefter automatisk afgive tegningsordre for kontohaveren, medmindre han inden emissionsperiodens start tilkendegav, at han ikke ønskede at tegne aktier.

Forbrugerombudsmanden meddelte sparekassen, at det var en følge af markedsføringslovens § 3 om information sammenholdt med § 1 om god markedsføringsskik, at der skulle gives kunderne en *forsvarlig information vedrørende aktierne, således at de fik mulighed for at bedømme aktieselskabet og aktionærrettighederne*, inden de afgav bestilling om endelig aktietegning. Aktieselskabslovens forskrifter om, hvilke oplysninger m.v. der skal foreligge ved tegning af aktier, må således være iagttaget.

På det tidspunkt, hvor annonceringen fandt sted, kunne den nævnte information ikke gives, da aktieselskabet endnu ikke var dannet. Det var således heller ikke muligt at foretage tegning af aktier på tegningslister som foreskrevet i aktieselskabsloven.

Forbrugerombudsmanden forelagde sagen for sparekassen med henblik på en bedømmelse af, om det var i overensstemmelse med god markedsføringsskik, jfr. §§ 1 og 3, at sparekassen skulle foretage tegningsordre uden kontohavernes positive medvirken.

Forbrugerombudsmanden henledte endvidere sparekassens opmærksomhed på § 1 i bekendtgørelse nr. 815 af 13. november 1986 om kravene til det prospekt, der skal offentliggøres, inden værdipapirer kan optages til officiel notering på Københavns Fondsbørs.

Sparekassen meddelte Forbrugerombudsmanden, at tegning af aktier herefter ville finde sted på grundlag af en *positiv tegningsordre fra kontohaverne* i overensstemmelse med reglerne i aktieselskabsloven.

I en *dagbladsannonce* vedrørende sparekassens tilbud om aktiesparekonto var der afbildet en kupon, igennem hvilken forbrugeren kunne meddele, at denne ønskede at oprette en aktiesparekonto på et nærmere angivet beløb.

En forbruger, der havde benyttet kuponen, havde efterfølgende erfaret, at det indskudte beløb var bundet til en bestemt dato. Dette fremgik ikke af annoncen.

Sparekassen oplyste, at informationen havde fremgået af kvitteringen for beløbets modtagelse og af brochurematerialet, der generelt er udleveret om aktiesparekontoen.

Forbrugerombudsmanden meddelte sparekassen, at dette var en information, der også burde have fremgået af annoncen, jfr. § 3 i markedsføringsloven. (J.nr. FO 1611-84 og 89-1611-90)

2.2.8.3. **Bankers pligt til information af puljeopsparere**

På baggrund af et særligt tilbud fra en bank om risikofri placering af kapital oprettede klageren i 1987 en særlig opsparingskonto, hvor rentetilskrivningen fandt sted på basis af afkastet af en af banken forvaltet værdiportefølje. Da klageren var utilfreds med den i 1988 tilskrevne forrentning, anmodede han banken om at udlevere regnskabsmateriale, der viste, på hvilket grundlag rentetilskrivningen havde fundet sted.

Banken meddelte, at man førte selvstændigt regnskab for ind-

tjening på de omhandlede konti, men at regnskabet ikke var tilgængeligt for kunder.

Forbrugerombudsmanden anmodede Finanstilsynet om en udtalelse om, hvorvidt banken havde opfyldt de forpligtelser vedrørende information af puljeopsparere, der følger af lovgivningen om banker og sparekasser.

Finanstilsynet henviste til § 5 i bekendtgørelse af 2. juli 1979 om skiltning og annoncering med ind- og udlånsrenter m.v. i banker, sparekasser og andelskasser, hvorefter et pengeinstitut skal give oplysning om metoder for beregning af rente m.v. Dette indebærer ifølge tilsynet, at indskyderne bør have adgang til oplysninger, der er nødvendige for at efterprøve, at den af banken benyttede rentesats er i overensstemmelse med indlånsaftalen, herunder oplysning om størrelsen af det samlede puljebeløb og det samlede afkast på værdibeholdningen, ligesom principperne for fastsættelse af afregningskurser og kurtagesatser vedrørende handel med de af porteføljen omfattede værdipapirer bør oplyses.

Forbrugerombudsmanden fandt det på denne baggrund i strid med god markedsføringsskik at nægte at give de ovenfor omtalte oplysninger. (J.nr. FO 89-1611-74)

2.2.8.4. Tilbud og tegning af aktier i et valutainvesteringselskab

Et aktieselskab annoncerede med tegning af aktier i et selskab. 64% af den tegnede aktiekapital ville blive placeret i en bank til sikkerhed for, at selskabets indre værdi efter fem år mindst var kurs 100. De resterende 36% af kapitalen ville blive investeret i 100% eget og sambeskattet datterselskab, der drev investeringsvirksomhed, ved at selskabet optog lån i lavt forrentet valuta og placerede penge i højt forrentede valuta.

Indtjeningen og forrentningen for investoren bestod alene i kursgevinsten på aktierne.

I reklamematerialet var det blandt andet anført »*sikret mod tab*«, »en fuldstændig sikkerhed mod tab af egenkapitalen efter fem år«, »sikker investering, nu også for private«, »en af landets sikreste pengeanbringelser« og »ingen risiko for efterbetaling eller tab«.

Forbrugerombudsmanden fandt, at nævnte udsagn *kunne virke vildledende*, da et sådant projekt altid vil være forbundet med en vis risiko, hvilket også fremgik af prospektmaterialet, hvor selskabets revisor havde opstillet en række forudsætninger, som projektet byggede på. Forudsætningerne var klare og tydelige og fortalte, at der måtte tages nogle forbehold. Forbrugerombudsmanden mente derfor, at det ville være i bedre overensstemmelse med god markedsføringsskik, om udsagnene afdæmpedes. I sin bedømmelse lagde Forbrugerombudsmanden vægt på, at forbrugerne ofte bedømmer en reklame ud fra det umiddelbare indtryk.

Senere på året udbød samme aktieselskab til tegning i endnu to investeringsselskaber. Markedsføringsmaterialet var ændret efter Forbrugerombudsmandens udtalelser. (J.nr. FO 89-1615-22)

2.2.9. Miljø- og energiargumenter

2.2.9.1. Annoncering med renere fyringsolie

Et olieselskab averterede således i S-tog: »Vi var de første, der fjernede sod i fyringsolien. Nu har vi også fjernet svovl i fyringsolien«. Samtidig blev der indrykket annoncer i dagspressen med følgende overskrift: »Hvem kan sige nej til en fyringsolie med 33 % mindre svovl«. I annoncenteksterne angav olieselskabet, at man var de første, der fjernede sod i fyringsolien, og at man nu havde reduceret indholdet af svovl med 33%, således at forbrugerne ved at anvende denne type olie fik mulighed for at gøre en indsats mod svovlforureningen og dermed begrænse syreregnen.

Olieselskabet oplyste, at markedsføringen var baseret på en rapport udarbejdet af Teknologisk Institut og losserapporter, der indsendtes.

Forbrugerstyrelsen udtalte, at det af rapporten fra Teknologisk Institut fremgik som konklusion, at røggassens specifikke indhold af sod ved f.eks. 13 CO₂ var reduceret fra 7,0 til 0,11 mg/m³n svarende til en 98% reduktion. Forbrugerstyrelsen fandt derfor, at udsagnet om *at have fjernet sod i olien* ikke syntes korrekt, da rapporten kun havde dokumenteret, at soden var reduceret, omend ganske betragteligt. Forbrugerstyrelsen informerede olieselskabet om, at Forbrugerombudsmanden tidligere har givet udtryk for, at det er hans opfattelse, at erhvervsdrivende i deres annoncer og andet reklamemateriale skal være meget varsomme med at anvende miljøargumenter, som f.eks. »miljøvenlig« o.lign. Dette gjaldt også i den foreliggende sag, hvor der kunne være miljøproblemer set i forhold til øvrige energiformer til opvarmningsformål. Forbrugerstyrelsen henstillede derfor til olieselskabet, at det i den fremtidige markedsføring undlod at anvende så bastante udtryk som sket i den pågældende annonce.

For så vidt angår udsagnene *reduceret indholdet af svovl* og *indholdet af svovl reduceret med 33 %* fandt Forbrugerstyrelsen på baggrund af en gennemgang af de tilsendte losserapporter, at det kunne anses for dokumenteret, at den maksimale vægtprocent af svovl ikke havde oversteget 0,2, således at der rent faktisk forelå en reduktion på 33% i forhold til den tidligere vægtprocent på 0,3. (J.nr. FO 88-1645-4)

2.2.9.2. Sammenligning af energiforbrug ved karbad og brusebad

I et katalog fra en importør af badeværelsesudstyr var det om badekar angivet:

»Men den indvendige form betyder, at der alligevel bruges 15% mindre vand end i gamle dage. I det hele taget bruger karret mindre vand og dermed energi end brusebadet – selv om man tidligere mente det modsatte. Allerede efter få minutter bliver brus dyrere end karbadning.«

Generalagenten oplyste til Forbrugerstyrelsen, at udtalelserne i

brochuren om karbadning frem for brusebadning var baseret på, at der på det danske marked blev udbudt og fandtes brusere, der anvendte op til 20 liter vand i minuttet. De pågældende badekar i brochuren i standardmål havde et forbrug på ca. 100 liter vand, og hvis det blev sammenlignet med, at man meget let stod i mindst 5 minutter i et brusebad og ønskede fornemmelsen af meget vand, ville forbruget ved brusebad let komme op på niveauet med eller over den mængde vand, der benyttes ved karbadning. Generalagenten oplyste endvidere, at udtalelserne ville blive rettet ved kommende genoptryk af brochuren.

Forbrugerstyrelsen udtalte, at energiargumenterne i relation til markedsføringsloven kan være i strid med god markedsføringsskik eller vildledende, og at erhvervsdrivende i annoncer og andet reklamemateriale skulle være varsomme med at anvende sammenligninger af energiforbrug, når der efter oplysninger fra *Statens Byggeforskningsinstitut ikke generelt kan foretages sammenligninger mellem energiforbrug for bruse- og karbad, idet en korrekt sammenligning er afhængig af en række faktorer*. Forbrugerstyrelsen udtalte derfor, at generalagentens ovenfor citerede udsagn havde været for bastant og dermed kunne have bibragt læsere af brochuren utilstrækkelige oplysninger om energiforbruget ved de to badeformer. Forbrugerstyrelsen fandt dog ikke mulighed for på det foreliggende grundlag af bedømme, om det havde været berettiget at anvende udsagnet, men udtalte, at det ville være bedre stemmende med god markedsføringsskik, at generalagenten fremover, hvis der i brochurer m.v. anvendes energiargumenter, mere fyldestgørende redegjorde for de faktorer, der lå til grund for anvendte energiargumenter, ligesom der ved eventuelle sammenligninger af energiforbrug burde redegøres nærmere for de beregningsfaktorer og forudsætninger, som sammenligningerne var baseret på. (J.nr. FO 89-4217-42)

2.2.10. Radio/TV-reklamer

2.2.10.1. Reklamer i TV2

D. 1. oktober 1988 påbegyndte TV 2 sin sendevirksomhed. TV 2 finansieres dels gennem licensbetaling, dels af reklamer. Udover markedsføringsloven gælder der særlige regler for disse reklamers indhold, som er fastsat i »bekendtgørelse nr. 416 af 18. juni 1987 om indholdet af reklameindslag, der bringes i TV 2«. Der er udstedt tilsvarende bekendtgørelser for lokal radio og lokal TV. Disse omtales imidlertid ikke her.

Reklameindslagene formidles på forretningsmæssigt grundlag af TV 2 Reklame A/S, der påser, at reglerne om reklamer i TV 2 overholdes. I denne forbindelse har TV 2 Reklame A/S og Forbrugerstyrelsen et tæt samarbejde.

Kommunikationsministeren har nedsat et Radio- og TV-reklamenævn, som Forbrugerombudsmanden er medlem af. Nævnet har til opgave at rådgive ministeren om indholdet af reklamer i radio og TV. Nævnet træffer endvidere den endelige administrative afgørelse i sagen om fjernsyns- og radioreklamers indhold jfr. re-

klame bekendtgørelserne. Klager over en udsendt reklame behandles i nævnet, og finder det, at reklamen er i strid med bekendtgørelsen for reklame i TV 2, kan nævnet påtale dette overfor TV 2 Reklame A/S. Såfremt det drejer sig om en reklame i lokalradio eller TV, sker påtale overfor indehaveren af sendetilladelsen.

Såfremt der foreligger en overtrædelse af markedsføringsloven, vil reklamen ikke opfylde det overordnede krav i bekendtgørelserne om, at reklamen skal være lovlig.

Som eksempel på en fjernsynsreklame, som der kunne gribes ind overfor såvel i medfør af markedsføringsloven som TV 2-bekendtgørelsen kan nævnes et par reklamespots, der viste et sodavandsprodukt på dåse.

Markedsføring af øl og kulsyreholdige læskedrikke på dåse, er efter Miljøministeriets emballagebekendtgørelse ikke tilladt. Miljøstyrelsen indbragte reklamen for Radio- og TV-Reklamenævnet.

Radio- og TV-Reklamenævnet traf en afgørelse, hvorefter den omhandlede reklame blev fundet i strid med generalklausulen om god markedsføringsskik, jfr markedsføringslovens § 1. Reklamen var vildledende, idet forbrugeren kunne få det indtryk, at produktet kunne købes på dåse i Danmark, og fordi reklamen efter nævnets opfattelse ikke var i overensstemmelse med de miljømæssige hensyn, som ligger bag Miljøministeriets bekendtgørelse nr. 124 af 27. februar 1989 om emballage til øl og læskedrikke.

Som følge heraf fandt nævnet, at den omhandlede reklame ikke opfylder de krav til reklamer i TV 2, der stilles i § 1 i bekendtgørelsen om indholdet af reklamer, der bringes i TV 2.

Nævnet fandt tillige, at en efterfølgende foretagen ændring af den oprindelige reklame, hvor den blev forsynet med en tekst, der kortvarigt oplyste, at produktet kun solgtes på flasker i Danmark, ikke var tilstrækkelig til at ændre grundlaget for den ovennævnte afgørelse. (J.nr. FO 89-346-14)

2.2.11. Mærkning og emballering

2.2.11.1. Annoncering med flere oprindelseslande på agurker og tomater

En BRANCHEforening rettede henvendelse til Forbrugerombudsmanden, idet man ønskede en principiel afklaring af, hvorvidt annoncer for agurker eller tomater, hvori angives to oprindelseslande, er i strid med markedsføringslovens § 2. Foreningen henviste til eksempler, hvor der i forbindelse med annonceringen af disse varer var anført »hollandske/danske«.

Forbrugerstyrelsen svarede følgende:

»For så vidt angår de nævnte produkter indeholder KFO nr. 10035/72 bestemmelser om mærkning på emballage og skiltning i detailforretning. *Skiltning/mærkning* med to oprindelseslande er i strid med denne forordning.

For så vidt angår annoncer og reklamer for de nævnte produkter

indeholder Landbrugsministeriets bekendtgørelse nr. 324 af 17. juli 1984 alene en bestemmelse om, at såfremt der er angivet en pris i annoncen/reklamen, skal produktets kvalitetsklasse samtidig oplyses.

Kontrol med overholdelsen af ovennævnte bestemmelser er henlagt til Statens Plantetilsyn.

Indholdet af reklamer/annoncer for de nævnte produkter er ligeledes reguleret i Levnedsmiddelovens § 23, hvorefter levnedsmidler ikke må sælges under omstændigheder, der er egnede til at vildlede forbrugere med hensyn til blandt andet varens oprindelse.

Overholdelsen af denne bestemmelse påses af levnedsmiddelkontrollenheden på det sted, hvor levnedsmidlet sælges. Den pågældende kontrollenhed træffer således afgørelse på baggrund af en konkret vurdering af sagerne. Klage over de enkelte afgørelser kan indbringes for Levnedsmiddelstyrelsen.

Markedsføringslovens § 2, stk. 1, indeholder et generelt forbud mod at anvende urigtige, vildledende eller urimeligt mangelfulde angivelser, som er egnede til at påvirke efterspørgsel eller udbud af varer m.v. Om afgrænsningen til levnedsmiddelovens § 23 oplyses i forarbejderne til markedsføringslovens § 2, at man går ud fra, at § 23 ikke anvendes med henblik på vildledende markedsføring i videre omfang, end varens særlige karakter af levnedsmiddel tilsigter.

En annonce, der tilstrækkeligt tydeligt oplyser, at varen enten er af dansk eller hollandsk oprindelse, kan ikke i sig selv siges at være vildledende. Dobbeltangivelsen kan være rimeligt begrundet i særlige forhold vedrørende omsætningen af varen, hvorfor Forbrugerstyrelsen ikke finder, at en sådan angivelse normalt vil være vildledende. Man kan dog ikke udelukke, at annoncer i det enkelte tilfælde kan indebære en vildledning, f.eks. hvor der er forskel i prisniveauet mellem de to landes produkter, og hvor en erhvervsdrivende anvender betegnelsen, uanset at han vedvarende alene sælger det ene lands produkt.

Det kan tilføjes, at annoncering med tomater eller agurker uden angivelse af oprindelseslandet, ikke kan anses for at være urimeligt mangelfuld efter markedsføringslovens § 2. (J.nr. FO 89-424-17)

2.2.11.2. »Tyske modeller«

Forbrugerombudsmandens opmærksomhed blev henledt på en annonce fra et firma, der solgte østtyske trailers. I annoncen anvendtes udtrykket »tyske modeller«. Forbrugerombudsmanden meddelte den erhvervsdrivende, at det udtrykkeligt burde anføres, om de annoncerede trailers var vesttyske eller østtyske modeller. Betegnelsen »*tysk model*« en urimeligt mangelfuld angivelse for en østtysk vare, idet angivelsen kunne forstås som både en vesttysk og østtysk produceret model. Efter Forbrugerombudsmandens opfattelse ville betegnelsen af de fleste blive opfattet som en angivelse af, at trailerne blev produceret i Vesttyskland. Reklameringen indebar således en overtrædelse af § 2, stk. 1, i markedsføringsloven. (J.nr. FO 89-4217-36)

2.2.12. Retningslinier

2.2.12.1. Nye retningslinier om annoncering med køreskoleundervisning

I oktober 1976 udarbejdede Forbrugerombudsmanden retningslinier om annoncering med køreskoleundervisning efter forhandling med Københavns Kørelærerforening, Dansk Kørelærer-Union og FDM.

På baggrund af en række klager i 1988 om vildledende annoncering med køreskoleundervisning samt ændrede regler for erhvervelse af kørekort tog Forbrugerombudsmanden de tidligere retningslinier op til revision.

Efter forhandling med Københavns Kørelærerforening, Dansk Kørelærer-Union, Dansk Køreskole Forening, FDM og Forbrugerrådet blev de nævnte retningslinier ændret og fremtræder nu således:

1.

Hvis der annonceres med en fast pris for et kursus med et nærmere angivet lektionstal, skal det klart angives, hvor mange af disse der er kørelektioner på henholdsvis lukket øvelsesplads, på vej og køreteknisk anlæg samt teorilektioner.

2.

Annoncering med »kørekort«, »førerbevis«, »motorcykelkort« eller lignende i forbindelse med en samlet pris eller med angivelse af et bestemt lektionstal indebærer, at køreskolen indestår for, at prøven kan bestås inden for den angivne pris eller det opgivne antal lektioner, jfr. under pkt. 4.

Såfremt køreskolen ikke kan indestå for, at prøven bestås inden for den angivne pris eller det opgivne antal lektioner, skal der i annoncen tages et tydeligt forbehold for eventuel nødvendighed af et større antal undervisningslektioner. Prisen for disse skal anføres.

3.

Skal der udover de i §§ 1 og 2 nævnte prisangivelser betales gebyr til det offentlige for selve køreprøven samt for den ekstra kørelektion, som forbruges under køreprøven eller lignende, skal dette anføres.

4.

Ordet »garanti« eller tilsvarende udtryk, der kan bibringe forbrugeren det indtryk, at køreskolen indestår for, at prøven bestås, må ikke anvendes, medmindre annoncøren påtager sig risikoen for, at eleven består prøven.

Bestås prøven ikke inden for garantien, skal der enten ydes vederlagsfri undervisning, indtil prøven er bestået, eller – efter elevens valg – ske tilbagebetaling af, hvad der måtte være betalt.

Hvis garantien ikke omfatter de i § 3 omhandlede gebyrer, skal der oplyses herom i umiddelbar forbindelse med ordet »garanti«.

5.

Såfremt lektionerne er kortere end 60 minutter, skal længden anføres. Ordet »timer« må ikke anvendes, medmindre den nøjagtige varighed af lektionerne angives i umiddelbar tilknytning til ordet, f.eks. 14 køretimer à 50 minutter, kr. ...

6.

Hvis der til den opgivne timepris skal betales yderligere tillæg for teoriundervisning, kørsel på lukket øvelsesplads, landevejskørsel, motorvejskørsel, mørkekørsel, kørsel på køreteknisk anlæg eller andet skal dette anføres.

7.

Udtrykket »gratis« må kun anvendes, når køreskolen ikke kræver nogen form for betaling af eleven.

8.

Ved enhver markedsføring med ankenævn eller lignende skal det udtrykkeligt oplyses, såfremt de pågældende ankenævn ikke er godkendt af Forbrugerklagenævnet.

9.

Foranstående retningslinier træder i kraft den 1. november 1989 og erstatter de hidtil gældende regler.

Det er Forbrugerombudsmandens indtryk, at branchens annoncering generelt har resulteret i færre og mindre alvorlige overtrædelser nu end tidligere. Men der findes stadig eksempler på misforståelser, særligt volder retningsliniernes pkt. 1 og 2 forståelsesproblemer. Der er f.eks. modtaget klager over, at udbyderen af et autokursus til en fast pris, uden angivelse af et bestemt lektionstal, ofte tror sig uden for retningsliniernes rækkevidde. Et sådant kursus er efter Forbrugerombudsmandens praksis et kursus, der bedømmes efter pkt. 2 i retningslinierne.

Forbrugerombudsmanden forudser, at de nye retningslinier stimulerer branchen til øget selvjustits. (J.nr. FO 88-1654-18)

2.2.12.2. Forespørgsler til retningslinierne for reklame for øl, vin og spiritus

På baggrund af den samfundsmæssige interesse i at begrænse markedsføringen af øl, vin og spiritus, har Forbrugerombudsmanden indgået aftale med branchen om frivillige retningslinier, der i vidt omfang overholdes ved selvjustits. De seneste retningslinier, som trådte i kraft 1. januar 1988, er gengivet i Forbrugerombudsmandens årsberetning 1987, side 20 og 21.

I 1989 modtog Forbrugerombudsmanden to forespørgsler vedrørende punkt 4, nr. 3, i retningslinierne.

Efter punkt 4, nr. 3, må reklame ikke finde sted ved annoncering i publikationer, som særligt henvender sig til børn og unge, herunder sports- og idrætstidsskrifter.

Den første henvendelse vedrørte et sportsmagasin. Udgiveren anførte, at magasinet dækkede sportsgrene, der absolut henvender sig til voksne udøvere. Magasinets målgruppe var efter det oplyste mellem 20 og 30/35 år.

Forbrugerombudsmanden svarede, at begrebet »børn og unge« i *retningsliniernes punkt 4, nr. 3, efter hans opfattelse relaterede sig til personer under 18 år*. Uanset at magasinets målgruppe efter det oplyste var personer over 20 år, fandt Forbrugerombudsmanden dog, at bladet var af en sådan karakter, at det i lige så høj grad henvendte sig til »børn og unge«. Forbrugerombudsmanden var derfor af den opfattelse, at der ikke burde reklameres for øl i bladet. (J.nr. FO 89-322-6)

Den anden henvendelse vedrørte et magasin for motion og velvære.

Vin- og Spiritus Organisationen i Danmark var blevet opmærksom på spiritusreklamer i magasinet, og et af medlemmerne havde forespurgt, om der forelå en overtrædelse af retningslinierne. Man henviste til den tidligere udtalelse vedrørende sportsmagasinet og udgiverens oplysninger, hvorefter de to blades profil og målgruppe var væsensforskellige.

Forbrugerombudsmanden udtalte, at formuleringen af brancheaftalen syntes at indebære en *formodning for, at sports- og idrætstidsskrifter henvender sig til børn og unge*. Efter et gennemsyn af eksemplarer af tidsskriftet fandt Forbrugerombudsmanden imidlertid ikke, at dette var tilfældet for det pågældende magasin. Forbrugerombudsmanden bemærkede dog, at han nærede en betænkelighed overfor, at der optages reklamer for alkohol i et tidsskrift vedrørende velvære og sundhed, og at dette var et af de punkter, der burde tages højde for ved en kommende revision af brancheaftalen. Drøftelser om en revision af retningslinierne finder for tiden sted i Forbrugerombudsmandens regi. (J.nr. FO 89-322-7)

2.2.13. Andre sager vedrørende § 1 og § 2

2.2.13.1. Eventyrlige priser – begrænset udbud

I forbindelse med sommerferien reklamerede et flyselskab med »Eventyrlige sommerpriser« i dagspressen. Det anførtes, at billetten gjaldt tur/retur i hele Danmark, og der var som betingelse anført, at mindst 2 personer skulle rejse sammen, og at billetterne skulle købes mindst 14 dage i forvejen. Det anførtes videre, at »Der bli'r rift om de eventyrlige billetter. Reserver plads hurtigst muligt«.

Der var tale om et særdeles billigt tilbud.

Det viste sig imidlertid, at tilbudet ikke var gældende ved rejse til/fra Bornholm med destination i en lufthavn på Fyn eller i Jylland. Hertil krævedes 2 billetter, hvilket også var tilfældet med sommerpriserne.

Det blev endvidere oplyst, at der var tale om et begrænset udbud, dog således at der på hvert fly, afhængig af flyets størrelse, var afsat et minimum antal pladser, eksempelvis 4 pladser på fly med en kapacitet på 25 til 56 sæder.

Forbrugerombudsmanden udtalte, at en markedsføring specielt rettet mod almindelige forbrugere, der ikke nødvendigvis tidligere har fløjet indenrigs, bør oplyse, såfremt den annoncerede pris ikke er gældende mellem to danske indenrigslufthavne.

Forbrugerombudsmanden oplyste endvidere, at ved enhver form for begrænset udbud af en vare bør det allerede i annonceringen tydeligt tilkendegives, såfremt der er tale om et begrænset antal.

Såfremt disse to oplysninger ikke er tilkendegivet med tilstrækkelig tydelighed, vil annonceringen efter Forbrugerombudsmandens opfattelse være i strid med markedsføringslovens § 2, stk. 1.

Flyselskabet accepterede herefter at indrette fremtidig markedsføring i overensstemmelse med Forbrugerombudsmandens retningslinier. (J.nr. FO 89-1633-20)

2.2.13.2. »Servicegarantier« i radiobranchen

Forbrugerstyrelsen modtog i slutningen af beretningsåret en del henvendelser vedrørende annoncering med servicegaranti i forbindelse med køb af visse radio-/TV-produkter. Disse servicegarantier viste sig i de fleste tilfælde at være en slags serviceabonnementer, som forbrugerne måtte betale for særskilt.

Forbrugerstyrelsen udtalte mere generelt, at det efter styrelsens opfattelse må anses for vildledende og i strid med markedsføringslovens § 2, stk. 1, at anvende ordet garanti om en serviceordning, forbrugeren skal betale ekstra for.

Nogle sager kunne slutes ved, at de erhvervsdrivende tilkendegav over for Forbrugerstyrelsen ikke fremover at ville anvende ordet garanti om den pågældende serviceordning, medens et par sager har givet anledning til overvejelser, som endnu ikke er afsluttet. (J.nr. FO 89-122-7 og 89-063-17)

2.3. Oplysningspligt over for køber. § 3

2.3.1. Ændring af Falcks privatabonnement for udførelse af patientbefordring

Gennem årene har såvel Forbrugerombudsmanden som Forbrugerklagenævnet modtaget adskillige henvendelser fra abonnenter, der var utilfredse med, at opståede behov for patientbefordring var blevet afvist af Falck. Afvisningen blev givet med henvisning til abonnementsbetingelsernes bestemmelser om, at når det offentlige samtidig havde en forpligtelse til at yde patientbefordring, kunne befordring ikke rekvireres hos Falck.

På baggrund af de mange henvendelser har der derefter været ført en korrespondance og forhandling mellem Forbrugerombudsmanden og Falck, der mundede ud i, at Forbrugerombudsmanden i 1987 henstillede, at der mellem repræsentanter for de myndigheder, der stod bag reglerne om offentlig patientbefordring og Falck blev udarbejdet en rimelig, klar afgrænsning af ydelsen i hen-

hold til Falck-abonnementet og ydelserne fra det offentlige.

Falck orienterede Forbrugerombudsmanden om, at man fra 1. juli 1989 tilbød et nyt privatabonnement med udvidet patientbefordring. Baggrunden for udviklingen af dette var de problemer, der har været med fortolkningen af patientbefordringsreglerne, specielt afgrænsningen til de offentlige fribefordringsregler. Falck valgte derfor at udvide reglerne for patientbefordring, således at de udfører al siddende sygetransport, såfremt nogle enkle, klare forudsætninger er opfyldt. Udvidelsen indebærer, at Falck yder patientbefordring – også i tilfælde, hvor der eventuelt tillige foreligger en pligt for det offentlige til fribefordring. Efter en gennemgang af den nye abonnementskontrakt og den medfølgende beskrivelse af dækningsgraden for patientbefordring fandt Forbrugerstyrelsen ikke anledning til at fremkomme med bemærkninger til kontraktens bestemmelser om dækningsgraden. Forbrugerstyrelsen udtalte, at det nye privatabonnement indebærer, at abonnenterne får tilbudt en dækningsgrad, der må anses for at være i overensstemmelse med, hvad abonnenterne sædvanligvis forventer.

Sammen med den nye abonnementskontrakt havde Falck udarbejdet en pjece, der informerede om det nye privatabonnement. Falck havde opstillet et skema, hvor der opregnedes de situationer, hvor Falck ydede siddende sygetransport, ligesom det for de enkelte situationer var skitseret, om det offentlige eventuelt tillige havde en forpligtelse.

Forbrugerstyrelsen udtalte, at den udarbejdede pjece var fremstillet på en sådan måde, at der nu blev givet en god og tydelig information om, hvad abonnementet dækkede, og at informationerne derfor nu fuldt ud imødekom Forbrugerombudsmandens henstilling om at få udarbejdet en mere tilfredsstillende præcisering af abonnementsdækning ved patientbefordring. (J.nr. FO 87-1658-5)

2.3.2.

Gymnastikredskaber og motionsapparater. Utilstrækkelig brugsanvisning

Foranlediget af NEK-notifikationer fra Sverige og Finland, OECD-notifikationer fra U.S.A. samt oplysninger fra Australien om farlighed ved motionsapparater med fjedre, foretog Forbrugerstyrelsen en undersøgelse af det danske marked. Det viste sig, at disse gymnastikredskaber og motionsapparater markedsførtes i Danmark uden tilstrækkelig advarsel og brugsvejledning. Et motionssæt markedsførtes med en engelsk advarselstekst/brugsanvisning påtrykt emballagen. Ét af de markedsførte gymnastikredskaber var af så ringe kvalitet, at det kunne være forbundet med risiko at anvende det.

Forbrugerstyrelsen kontaktede importøren, som indvilgede i at ophøre med salget af det risikobetonede produkt og trække det tilbage fra forhandlerne. Importøren indvilgede også i at foretage oversættelse af advarselstekst og brugsanvisning. De omhandlede gymnastikredskaber og motionsapparater vil herefter blive mar-

kedsført med advarselstekst og brugsanvisning på dansk, jfr. markedsføringsloven § 3. (J.nr. FO 89-254-12)

2.3.3.

Information om risiko ved anvendelse af stole til spædbørn

I september 1989 modtog Forbrugerstyrelsen en henvendelse fra Forbrugerrådet, der henledte styrelsens opmærksomhed på en undersøgelse foretaget af Forbrugerrådets børnesikkerhedsudvalg af 9 forskellige bordstole til spædbørn, d.v.s. stole, der enten fastgøres til en bordplade eller som sættes oven på en almindelig stol. Børnesikkerhedsudvalget anser en række af disse stole for at være farlige, idet der i forbindelse med brugen af disse kan opstå farlige faldsituationer, hvis f.eks. barnet stemmer benene imod bordpladen, hvis større børn enten skubber til stolen eller trækker den ud.

På denne baggrund forelagde Forbrugerstyrelsen undersøgelsen, der havde været publiceret i Forbrugerrådets blad TÆNK for de dér nævnte erhvervsdrivende samt Babybranchens Fællesråd.

Branchen kritiserede undersøgelsen for ikke at være baseret på et seriøst grundlag.

Branchen var imidlertid meget positivt indstillet over for Forbrugerstyrelsens forslag om en styrket, forbedret og mere udførlig brugsvejledning ved salg af stolene samt mærkning med information på hvert enkelt stoleeksemplar. Mærkningen skal bl.a. indeholde oplysninger om, at et barn ikke må opholde sig i stolene uden voksenopsyn, og fra eller ved hvilken aldersgrænse og vægt man ikke kan anbefale brug af stolen.

Forhandlingerne om den konkrete udformning af stolemærkerne samt den ved salget medførende brugsanvisning forventes afsluttet i 1990. (J.nr. FO 89-253-39)

2.3.4.

Bånd, der bærer kaffekandes hank, brister ved manglende vedligeholdelse

Forbrugerstyrelsen modtog en klage fra en forbruger vedrørende en glaskande til en kaffemaskine, hvor det metalbånd, der holdt den løstsiddende hank til kanden, var knækket. Forbrugeren havde fra firmaet modtaget tilbud om at modtage et nyt kande-bånd, men fandt, at problemet var så generelt, at firmaet burde oplyse, hvorledes man eventuelt skulle vedligeholde kaffekanden, således at man kunne undgå mulige ulykker i forbindelse med et knækket bånd.

Forbrugerstyrelsen forelagde problemet for fabrikanten, der meddelte, at årsagen til, at kande-båndet i visse tilfælde kunne bryde, var, at plasthåndtaget kunne arbejde sig løs, hvorved der skete en forkert belastning af båndet. Denne situation kunne undgås, såfremt man jævnligt efterspændte kande-båndet, således at håndtaget bevarede sin fasthed. Fabrikanten indvilligede i fremover i sin brugsanvisning at medtage et særligt afsnit, der beskrev risikoen for brud, og hvorledes disse kunne undgås. Forbrugerstyrelsen fandt, at sådanne oplysninger i brugsanvisningen bragte denne i overensstemmelse med markedsføringslovens § 3. (J.nr. FO 89-253-34)

2.3.5. **Farlig modellermasse**

Forbrugerstyrelsens opmærksomhed blev henledt på, at et firma solgte modellermasse beregnet til, at f.eks. børn kunne forme figurer af massen, som derefter skulle varmebehandles i ovn.

Den danske brugsanvisning vedlagt produktet var imidlertid ikke i overensstemmelse med en mere omfattende advarselstekst på tysk, engelsk og fransk på selve produktet.

Efter forhandling med grossisten blev produktet forsynet med en fyldestgørende brugsanvisning og advarselstekst på dansk. En oplysning om, at massen ikke indeholdt sundhedsfarlige stoffer, blev fjernet, og der blev indsat en – særlig fremhævet – advarsel om, at produktet ikke er legetøj, og at spisning af modellermassen samt indånding af dampe ved overopvarmning kan være ubehagelig. (J.nr. FO 89-253-32)

2.3.6. **Bilsimulator, der eksploderede**

Forbrugerstyrelsen modtog en henvendelse fra en forbruger, der var foruroliget over, at en legetøjssimulator, som hans børn legede med, pludselig eksploderede.

Problemet synes at være opstået som følge af en forkert isætning af batterierne.

Forbrugerstyrelsen kontaktede importøren af produktet, idet man under henvisning til § 3 i markedsføringsloven ønskede batterikassen ændret, således at fejlisætning af batterier kan undgås fremover.

Importøren foranledigede straks, at producenten ændrede apparatets batteriboks, således at det meget tydeligt angives, hvordan batterierne isættes. Samtidig vedlægges udførlig dansk brugsanvisning. (J.nr. FO 89-253-28)

2.4. **Tilgift. § 6**

2.4.1. **Klubfordele kombineret med køb af flybillet**

I 1989 blev der rejst tiltale mod et udenlandsk flyselskab for overtrædelse af markedsføringslovens § 6, stk. 1, idet selskabet havde reklameret med forskellige fordele knyttet til køb af en flybillet, såfremt forbrugeren var medlem af flyselskabets klub for Euroclass-passagerer. Uanset at medlemskabet af klubben var selvstændig prisfastsat, blev flyselskabet ved Sø- og Handelsretten idømt en bøde på 25.000 kr. for overtrædelse af § 6, stk. 1.

2.4.2. **Ulovlig tilgift ved kombinationssalg og vildledende prisreklame**

I Juridisk Årbog 1989, afsnit 3.2.4., side 22, er omtalt en sag mod en symaskineforhandler, der ved Sø- og Handelsrettens dom af 22. marts 1989 blev idømt en bøde på 10.000 kr. for overtrædelse af markedsføringslovens bestemmelser om ydelse af og reklamering med ulovlig tilgift, samt prismærkningslovens regler om manglende oplysning om nettokontantpris for udbudte varer.

Forbrugerombudsmanden anmodede anklagemyndigheden

om at rejse ny tiltale ved Sø- og Handelsretten mod symaskineforhandleren for en fornyet overtrædelse af forbudet mod reklamerings med ulovlig tilgift og markedsføringslovens § 2, stk. 1, for vildledende angivelser af prisoplysninger.

Symaskineforhandleren havde indrykket en dagbladsannonce, hvori der blev udbudt en symaskine til en vejledende pris af 4.698 kr. og en støvsuger til en normalpris på 1.998 kr. på følgende måde: »KØB HELE SÆTTET FOR KUN 4.698,-« og »SPAR 1.998«. Efter Forbrugerombudsmandens opfattelse får forbrugeren det helhedsindtryk, at der ved samtidigt køb af de to nævnte apparater kun skal betales for symaskinen. Den annoncerede prisreduktion kan således alene henføres til støvsugeren.

I annoncen havde symaskineforhandleren angivet prisen for støvsugeren med udtrykket »normalpris 1.998,-«. Angivelsen af denne normalpris opfyldte ikke Forbrugerombudsmandens retningslinier for prisreklame, hvorefter det i markedsføringen skal præciseres, om det er forretningens eller andres normalpris, der oplyses.

Symaskineforhandleren har under et forberedende retsmøde i Sø- og Handelsretten erkendt overtrædelsen af markedsføringsloven og accepteret en bøde på 15.000 kr.

2.4.3. Ulovligt kombinationssalg

Et computerfirma annoncerede i et tidsskrift til blandt andet forbrugere med: »Bestiller jeg én NEC Pinwriter og mindst et stk. tilbehør, medfølger gratis 3 stk. karbonfarvebånd, værdi 555 kr.«.

Forbrugerombudsmanden udtalte i den anledning, at der var tale om ydelse af tilgift i strid med markedsføringslovens § 6, stk. 1.

Det blev endvidere oplyst, at en forudsætning for at anerkende et såkaldt lovligt kombinationssalg blandt andet vil være, at ydelserne i markedsføringsmaterialet fremtræder som ligeværdige, og at de to ydelser normalt kan erhverves særskilt hos den erhvervsdrivende. Endvidere vil det være af betydning for vurderingen af lovligheden af et kombinationssalg, om det af markedsføringen kan udledes, at prisreduktionen primært henføres til tillægsydelsen, således at denne bliver vederlagsfri eller næsten vederlagsfri for køberen.

I samme forbindelse fandt Forbrugerombudsmanden anledning til at oplyse, at anvendelsen af ordet »gratis« efter omstændighederne kan være i strid med god markedsføringsskik, jfr. lovens § 1, samt vildledende efter lovens § 2, stk. 1., idet det begrebsmæssigt ligger i betegnelserne »gratis«, »gave« og »uforpligtende«, at de ikke kan angive ting eller forhold, der medfører modydelse eller modforpligtelse.

Den erhvervsdrivende reklamerede endvidere med, at der var mange penge at spare på en printer, idet man anviste dels en normalpris og dels en kampagnepris.

Forbrugerombudsmanden bemærkede hertil, at anvendelsen af udtrykket »normalpris«, når udtrykket ikke angiver, om der henvises til almindeligt gældende pris hos den erhvervsdrivende selv

eller i andre forretninger, må anses for at være så upræcist, at anvendelsen af udtrykket er i strid med markedsføringslovens § 2, stk. 1, om vildledende eller urimelige angivelser, som er egnet til at påvirke efterspørgsel eller udbud. (J.nr. FO 89-511-232)

2.4.4. **Reklamering med ulovlig tilgift i forbindelse med en bankkonto for unge**

En bank markedsførte et nyt produkt i form af en ungdomskonto, hvortil der var knyttet forskellige fordele og tilbud. Et af disse tilbud lød »Skal du ud at rejse, giver vi dig en gratis 20'er ulykkesforsikring«.

Forbrugerombudsmanden fandt, at dette tilbud var i strid med § 6, stk. 1, i markedsføringsloven om ulovlig tilgift. Banken var ikke enig i dette, idet den mente, at tilbudet om gratis ulykkesforsikring ikke var knyttet til nogen hovedydelse. Kunden behøvede kun formelt at oprette kontoen, d.v.s. oplyse navn, adresse og cpr.nr., for at blive forsikret. Banken stillede ikke på nogen måde krav om, at kontoen blev benyttet. Den kunne endvidere ophæves til enhver tid.

I denne forbindelse meddelte Forbrugerombudsmanden under henvisning til en tidligere Sø- og Handelsretsdom, at oprettelsen af en konto i en forretning anses for indledning til køb, uanset om kontoen benyttes. Derfor fastholdt Forbrugerombudsmanden, at den skete markedsføring var reklamering med og i givet fald ydelse af ulovlig tilgift.

Banken ændrede herefter tilbudet på en sådan måde, at erhvervelsen af en gratis rejseulykkesforsikring ikke var betinget af, at der formelt oprettedes en konto.

Den ændrede annoncering kom til at lyde således »20'eren er en anden måde at have bank på«, »20'eren er for dig i 20'erne«, »20'eren giver låneret på 10.000 kr.«, »20'eren giver højere rente«, »vi giver gratis rejseulykkesforsikring ... kom ind i banken og hør mere«.

I en brochure vedrørende kontoen lød en af overskrifterne »gratis rejseulykkesforsikring«, og i brødteksten anførtes det »kom ind og hør nærmere om 20'eren og få en gratis rejseulykkesforsikring«.

Forbrugerombudsmanden meddelte, at markedsføringen var vildledende og i strid med god markedsføringsetik, jfr. § 2, stk. 1, og § 1 i markedsføringsloven. Endvidere var der tale om reklamering med ulovlig tilgift, jfr. § 2, stk. 1, og § 1 i markedsføringsloven. Forbrugerombudsmanden fandt, at den nævnte placering af omtalen af rejseulykkesforsikringen i såvel brochuren som annoncerne samt ordvalget i øvrigt bevirkede, at forbrugeren ved et hastigt overblik kunne få den opfattelse, at erhvervelsen af forsikringen var betinget af oprettelsen af en bankkonto.

Ifølge international kodeks for reklamepraksis skal en reklame bedømmes efter den sandsynlige indvirkning på forbrugeren.

Banken oplyste, at den fremover ville bestræbe sig på at tydeliggøre, at en gratis ulykkesforsikring kunne erhverves uafhængigt af, om forbrugeren opretter en konto eller ej. (J.nr. FO 88-511-178)

2.4.5.

Medlemskab af en klub tilknyttet en bankkonto

Forbrugerstyrelsen modtog en henvendelse fra en sparekasse, der påtænkte markedsføring af et nyt produkt.

Sparekassen ønskede at tilbyde sine kunder medlemskab i en klub, hvis medlemmer fik adgang til forskellige ydelser af såvel finansiel som ikke-finansiel art. Levering af ydelserne skulle ske således, at sparekassen leverede de finansielle ydelser, et forsikrings-selskab leverede de forsikringsmæssige ydelser, og et tredje selskab skulle stå for formidling og levering af de ikke-finansielle ydelser.

Det var endvidere oplyst, at kunden skulle betale et mindre månedligt medlemsgebyr, og at sparekassen skulle stå for inkassering af gebyret, mens administrationen af klubben skulle varetages af det tredje selskab.

Forbrugerombudsmanden udtalte, at ydelser, der kan erhverves vederlagsfrit eller til reduceret pris til nuværende og potentielle kontohavere i sparekassen, vil kunne betragtes som biydelser i forhold til selve kundeforholdet og derved komme i strid med markedsføringslovens § 6. Såfremt de ydelser, der tilbydes i servicepakken, markedsføres ligeværdigt, vil ordningen imidlertid uden at komme i strid med markedsføringslovens § 6 kunne udformes som et samlet tilbud. De tilbudte ydelser skal i markedsføringsmaterialet fremtræde som sidestillede ydelser, således at forbrugeren opfatter at købe en samlet pakke, ikke en ydelse, hvortil der er knyttet andre særlige fordele. (J.nr. FO 89-1611-88)

2.4.6.

Tax-free varer

Et rejsebureau reklamerede i dagspressen med rejser til Florida, hvor prisen var angivet inkl. rutefly, hotel, transfer, skandinavisk rejseleder samt særligt fremhævet »**tax-free for kr. 200 + bil i 3 dage**«.

Forbrugerombudsmanden fandt, at fremhævelsen af tax-free kr. 200 + bil i 3 dage var egnet til at give det indtryk, at forbrugeren fik disse ydelser oven i handelen, hvorfor det måtte betegnes som ulovlig tilgift.

Der blev herved ikke taget stilling til, hvorvidt det er muligt at inkludere udlejningsbil i pakketure, således at dette fremstår som et lovligt kombinationssalg.

Forbrugerombudsmanden henledte i samme forbindelse rejsebureauets opmærksomhed på den i Forbrugerstyrelsens årbog for 1979 refererede afgørelse vedrørende reklamering med og ydelse af tax-free varer. (J.nr. FO 89-515-31)

2.4.7.

Gavecheck

En bilforhandler reklamerede med, at der i en bestemt måned blev lagt en gavecheck på 5.000 kr. i handskerummet på alle forhandlerens velholdte brugte biler af et bestemt mærke. Gavechecken skulle bruges ved køb af ekstraudstyr i forhandlerens udstyrsbutik.

Forbrugerombudsmanden fandt, at dette indebar en overtræ-

delse af markedsføringslovens § 6, stk. 1, idet der var tale om ydelse af ulovlig tilgift. Herefter ophørte bilforhandleren med denne form for markedsføring. (J.nr. FO 89-511-238)

2.4.8. Gratis montering af mobiltelefon i biler

I en annonce for en lommetelefon (mobiltelefon til NMT 900-nettet) reklameredes med, at sælger i en bestemt måned ville foretage »GRATIS bilmontering«. I annoncen var det endvidere angivet, at prisen for lommetelefonen i den pågældende måned inkluderede montering i bil samt monteringsæt og en bordlader.

Forbrugerstyrelsen henledte forretningens opmærksomhed på bestemmelsen i markedsføringslovens § 6, stk. 1, om ulovlig tilgift, og på denne baggrund ophørte forretningen med øjeblikkelig virkning med annoncering med gratis montering. (J.nr. FO 89-511-226)

2.4.9. Tilgift ved køb af konfirmationstøjet

Under overskriften »Konfirmand 89 ... vil du med til årets diskofest?« reklamerede et antal forretningsdrivende i det lokale ugeblad. Videre anførtes det i annoncen: »Så køb dit tøj og musikudstyr hos nedenstående forretninger, så kan du få **gratis billet** til årets diskoaften, hvor du oplever en festlig aften med dine kammerater i din egen by«.

Forbrugerombudsmanden fandt, at dette tiltag var i strid med markedsføringslovens § 6, stk. 1, idet arrangementet måtte betegnes som ydelse af ulovlig tilgift ved køb af tøj og musikudstyr.

Endvidere fandt Forbrugerombudsmanden anledning til at gøre opmærksom på, at der ved markedsføring specielt rettet mod børn og unge skal udvises særlig opmærksomhed. I den forbindelse henviste han til artikel 13, stk. 1, i Det internationale Handelskammers kodeks for reklamepraksis, hvorefter reklamer ikke må udnytte børns naturlige godtroenhed eller unge menneskers mangel på erfaring og ikke må misbruge deres loyalitetsfølelse. Han fandt derfor en sådan markedsføring, hvor konfirmanden lokkes med gratis billet til diskoaften som stridende mod god markedsføringsskik, jfr. markedsføringslovens § 1. (J.nr. FO 89-512-7)

2.5. Præmiekonkurrencer

2.5.1. Generelle bemærkninger vedrørende erhvervsdrivendes brug af konkurrencer i markedsføringen

I starten af 1989 blev Forbrugerombudsmanden via dagspressen opmærksom på en sparekasses påtænkte arrangement af et bingo-spil.

Efter telefonisk at have orienteret sparekassen om, at et sådant arrangement var i strid med markedsføringslovens § 8, anmodede Forbrugerombudsmanden nævnte sparekasse om at modtage en skriftlig bekræftelse på, at man ville undlade at fuldføre arrangementet.

Sparekassen fremsendte i slutningen af januar denne bekræftelse.

En måned senere vendte nævnte sparekasse tilbage med et nyt påtænkt arrangement, hvor man blandt sparekassens garanter ville foranstalte en præstationskonkurrence, i henhold til hvilken man anmodede garanterne om at tegne en nyindretning af sparekassens lokaler.

Forbrugerombudsmanden meddelte sparekassen, at man ikke umiddelbart havde nogle bemærkninger i medfør af markedsføringslovens § 8 til en sådan præstationskonkurrence. (J.nr. FO 89-536-13)

Fra politimesteren i Århus modtog Forbrugerombudsmanden en forespørgsel vedrørende en *godgørende fonds ansøgning om en bortlodningstilladelse*. Politimesteren havde i første omgang afslået ansøgningen, idet man fandt, at det påtænkte arrangement var en overtrædelse af markedsføringslovens § 8, stk. 1.

Politimesteren forklarede, at man havde modtaget en første ansøgning, i henhold til hvilken de erhvervsdrivende, der solgte lodder for den godgørende fond, skulle udlevere gavekort til indkøb i de forretninger, hvor lodderne var indkøbt. Efter dette afslag havde den pågældende fond fremsendt en ny ansøgning, hvor man havde ændret vilkårene til, at de erhvervsdrivende nu skulle udlevere gavekort udstedt af fonden til indkøb i alle forretninger i Danmark. Politimesteren havde på ny givet et afslag, idet man fandt, at en sådan ordning blot var en omgåelse af den først ansøgte. Politimesteren ønskede herefter at modtage Forbrugerombudsmandens kommentarer til det givne afslag, idet politimesteren havde erfaret, at fonden forinden fremsendelsen af den anden ansøgning telefonisk havde kontaktet Forbrugerombudsmandens kontor og dér fået oplyst, at man ikke umiddelbart fandt, at et arrangement som det sidst beskrevne var i strid med markedsføringsloven.

Forbrugerombudsmanden udtalte herefter, at set ud fra retningslinierne for præmiekonkurrencer afholdt af foreninger i samarbejde med erhvervsdrivende måtte det især fremhæves, at de erhvervsdrivende har mulighed for at yde gaver med det formål, at disse bortloddess, at de erhvervsdrivende økonomisk kan støtte sådanne arrangementer, samt at der i forbindelse med reklamering af og under konkurrencen kan oplyses navnene på gavegiverne samt gavens art, dog under forudsætning af, at dette sker på en objektiv og neutral måde, uden at der foreligger en egentlig reklamering for de enkelte erhvervsdrivende.

I den her foreliggende ansøgning fra fonden om afholdelse af en tombola var det konkret blevet oplyst, at der *ikke* ville finde en egentlig annoncering sted vedrørende tombolaens afholdelse. Ej heller ville man som sket tidligere udgive en pressemeddelelse herom med angivelse af, hvor forbrugerne kunne finde tombolaerne opstillet.

Endvidere skulle tombolaerne placeres hos en række handlende, der uden vederlag solgte og efterfølgende med fonden afregnede det indkomne beløb for salget af lodderne.

Gevinsterne i tombolaen var gavechecks udstedt af fonden, der kunne indløses mod køb af varer i alle forretninger i Danmark. Ga-

vecheckene var altså ikke – som i den oprindelige ansøgning – begrænset til køb i den forretning, hvor tombolaen var opstillet.

På denne baggrund fandt Forbrugerombudsmanden derfor, at de erhvervsdrivendes deltagelse i fondens tombola begrænsede sig til en frivillig administrativ indsats, uden at der fandt en egentlig reklamering/omtale af de erhvervsdrivende sted. Indsatsen fra sidstnævnte syntes derfor at være endnu mindre end egentlig tilladt ifølge de tidligere omtalte retningslinier. Forbrugerombudsmanden fandt det, som sagen for ham var oplyst, ikke, at den af fonden omtalte tombola ville være i strid med markedsføringslovens § 8. (J.nr. FO 89-5321-143)

2.5.2. Foranstaltninger, hvis udfald helt eller delvis beror på tilfældet

2.5.2.1. Lodtrækning mellem rigtige besvarelser

En anden henvendelse vedrørende overtrædelse af markedsføringslovens § 8, stk. 1, vedrørte et byggefirma, der udloddede gavekort på indtil 25.000 kr. rabat på køb af et af firmaets huse. Forbrugerne kunne deltage i konkurrencen om gavekortene ved at besvarede 3 spørgsmål korrekt, hvorefter lodtrækning skulle ske blandt indkomne rigtige besvarelser. Forbrugerstyrelsen meddelte, at gevinstfordelingen ville være i strid med markedsføringslovens § 8, stk. 1, idet den endelige udvælgelse af præmievinderne skulle ske ved en lodtrækning og derfor bero på tilfældet. Det pågældende byggefirma meddelte Forbrugerstyrelsen, at firmaet ikke fremover ville gentage lignende markedsføringsforanstaltninger. (J.nr. FO 89-5321-162)

2.5.2.2. Gæt hvem der vinder EM i fodbold

En sparekasse udskrev en konkurrence for alle unge under 18 år gående ud på at gætte, hvem der i 1988 ville vinde Europamesterskabet i fodbold.

Efter at konkurrencen var afholdt og gevinsterne fordelt, tilkendegav Forbrugerombudsmanden, at det var hans opfattelse, at forholdet stred mod markedsføringslovens § 8, stk. 1. Sparekassen erklærede sig enig heri.

Sagen afsluttedes ved, at sparekassen, der var sat under tiltale for overtrædelse af markedsføringslovens § 19, stk. 3 og stk. 6, jfr. § 8, stk. 1, ved i juni 1988 at have fordelt gevinster til en samlet værdi af 13.013 kr. ved en præmiekonkurrence, hvis udfald helt eller delvis beroede på tilfældet, udenretligt vedtog en bøde på 15.000 kr. (J.nr. FO 1987-1611-20)

2.5.2.3. Første 100 tilmeldte feriehusejere får parabolantenneanlæg

Et feriehusudlejningsbureau havde i dagspressen indrykket følgende annonce:

»GRATIS PARABOL!

SOMMERHUSUDLEJNING 1990

– SÅ ER DET NU...

Til de første 100 husejere, der tilmelder et velbeliggende kvalitetshus, forærer vi et parabolantenneanlæg...«

Det var i sagen oplyst, at de feriehusejere, der fik tilbudt parabolantenneanlæg, skulle underskrive et tillæg til udlejningsaftalen. Af denne fremgik, at udlejningsbureauet lod montere et parabolantenneanlæg på feriehuset, men at ejeren skulle betale installationsomkostningerne på 500 kr., hvilket beløb dog senere ville blive modregnet i lejeafregningen over for husejeren. Af tillægsaftalen fremgik endvidere, at hvis husejeren opsagde kommissionsaftalen pr. 1. november 1990, ville parabolantenneanlægget blive afmonteret, eller husejeren kunne overtage anlægget til en nedskrevet værdi på 3.000 kr. Hvis husejeren opsagde kommissionsaftalen pr. 1. november 1991, kunne husejeren enten vælge mellem en nedtagning af parabolen eller at overtage anlægget til en nedskrevet værdi på 2.000 kr. Hvis husejeren først pr. 1. november 1993 opsagde kommissionsaftalen, kunne anlægget overtages til en nedskrevet værdi på 50 kr.

Formålet med feriehusudlejningsbureauets tilbud om opsætning af et parabolantenneanlæg var angivet til at få flere feriehus i kommission og derved fremme udlejningen af ferieboliger, som bureauet havde i kommission.

Forbrugerstyrelsen påtalte bl.a. anvendelsen af ordet »gratis«, der var angivet i annoncens overskrift med store og fede typer. Det ansås at være i strid med god markedsføringsskik og vildledende at anvende ordet »gratis« på den måde, som det var sket i annoncen, da ydelsen måtte anses for omfattet af det formidlingssalær, som fritidshusejere skal erlægge til bureauet, når fritidshuset udlejes til bureauets kunder.

Forbrugerstyrelsen udtalte endvidere, at det beroede på en tilfældighed, om en fritidshusejer var blandt de første 100 tilmeldte, og at der således forelå et lodtrækningsmoment for, om en fritidshusejer kunne få monteret et parabolantenneanlæg. Forbrugerstyrelsen fandt denne del af markedsføringen i strid med reglen i markedsføringslovens § 8, stk. 1, om ulovlige præmiekonkurrencer.

Feriehusudlejningsbureauet tog Forbrugerstyrelsens henstillinger til efterretning og bekræftede, at det fremover ville indrette markedsføringen i overensstemmelse med Forbrugerstyrelsens synspunkter. (J.nr. FO 89-1534-14)

2.5.2.4. Udlodning af rejser ved hjælp af lykkkehjul

Et større rejsebureau annoncerede i pressen med udlodning af ferierejser under overskriften: »Kom ind og drej på lykkehjulet og bliv en sikker vinder«.

For 1.500 kr. kunne forbrugeren vinde en ferie til et af rejsebureauets allermest populære feriemål.

Lykkehjulet var opdelt i 8 felter.

På de 6 felter var anført et rejsemål samt en holtelkategori.

Desuden var der et felt, der hed frit valg. Såfremt forbrugeren standsede på dette felt, måtte han/hun vælge mellem de 6 rejsemål.

Det sidste felt var en superrejse, som ville fremgå af lykkehjulet.

Superrejsen var ofte en ferie til New York.

Såfremt forbrugeren drejede lykkhjulet, så man endte på et felt, hvor man ikke ønskede at rejse til, kunne forbrugeren mod at betale 100 kr. pr. person dreje lykkhjulet endnu engang.

Forbrugerombudsmanden fandt, at denne foranstaltning indebar en gevinstfordeling, hvis udfald helt eller delvis beroede på tilfældet, hvorfor han fandt, at der var tale om en overtrædelse af markedsføringslovens § 8, stk. 1.

Forbrugerombudsmanden opretholdt denne opfattelse uanset rejsebureauets oplysning om, at der udelukkende var tale om salg af restpladser, som ville blive solgt som uspecificerede rejser til 1.500 kr.

Forbrugerombudsmanden fastholdt, at en fordeling af varer ved hjælp af lykkhjul måtte være i strid med god markedsføringsskik, ligesom den pågældende foranstaltning var i strid med markedsføringslovens § 8.

Rejsebureauet tog herefter Forbrugerombudsmandens henstilling til efterretning. (J.nr. FO 89-5321-161)

2.5.2.5. Nedsendelse af balloner indeholdende gavekort

I forbindelse med afholdelse af »lang lørdag« stod en handelsstandsforening for et arrangement, hvor balloner indeholdende gavekort på i alt 15.000 kr. blev sendt ned over byens forretningscentrum.

Forbrugerstyrelsen fandt, at gevinstfordelingen var i strid med markedsføringslovens § 8, stk. 1. (J.nr. FO 89-521-58)

2.5.2.6. Præmiekonkurrence udformet som investeringsspil

En bank havde udskrevet en præmiekonkurrence med fordeling af 5 præmier på hver 15.000 kr.

Konkurrencen, der henvendte sig til unge mellem 16 og 25 år, var udformet som et investeringsspil, hvor deltagerne skulle give et forslag til »investering« af et bestemt beløb i nogle udvalgte børsnoterede selskaber. De 5 investeringsforslag, der i den angivne periode havde opnået enten størst fortjeneste eller mindst tab, blev præmieret.

Forbrugerombudsmanden udtalte, at der var tale om en konkurrence, hvor deltagerne skulle udføre en præstation, som måtte antages at have afgørende betydning for udfaldet, og konkurrencen fandtes derfor ikke at være i strid med markedsføringsloven. (J.nr. FO 89-5321-164)

2.5.2.7. »Skattejagt« med præmier til den, der ud af 20 »Rukonøgler« kunne finde 2 ens

En bank påtænkte på en messe at foranstalte en »skattejagt« og forespurgte, om den påtænkte foranstaltning ville være i strid med markedsføringslovens § 8.

Banken oplyste, at eventuelle deltagere i konkurrencen for et mindre beløb fik udleveret et ark papir med fotokopi af 20 »Rukonøgler«, hvor 2 af nøglerne var ens. Alle deltagere, der fandt frem til

de 2 ens nøgler, fik udleveret nøglen til en skattekiste indeholdende præmier.

Forbrugerstyrelsen meddelte, at det efter styrelsens opfattelse ville være muligt at udforme konkurrencen således, at deltagerne foretog en reel vurdering/sammenligning af de afbildede nøgler, således at udfaldet ikke beroede på tilfældet, men på deltagernes præstation. I givet fald ville konkurrencen ikke være i strid med markedsføringsloven. (J.nr. FO 89-5339-11)

2.5.3. Bladkonkurrencer der indeholder reklame for andre erhvervsdrivende

2.5.3.1. Bladudgivers videobingo

Forbrugerstyrelsen modtog en henvendelse vedrørende et bingospil, der var foranstaltet af et ugeblad. For at deltage i dette bingospil skulle forbrugeren købe et videobånd i nærmere angivne forretninger. Videobåndet VAR VEDLAGT bingoplader, og udtrækningen af numre fandt sted på videobåndet.

Da ugebladet er et periodisk tidsskrift, var der intet til hinder for, at bladet fordelte gevinster ved afvikling af et bingospil, jfr. § 8, stk. 2, i markedsføringsloven. Imidlertid indeholdt videobåndet udover trækningen af numre en lang række reklameindslag for en kreds af erhvervsdrivende.

Det blev oplyst, at gevinsterne kun delvist var finansieret af ugebladet. For så vidt angår reklameindslagene var der tale om genbrug af indslag, som annoncørerne i forvejen havde fået produceret til brug for TV-2.

På denne baggrund meddelte Forbrugerstyrelsen ugebladet, at styrelsen var af den opfattelse, at bingospillet var en konkurrence i strid med § 8, stk. 1, i markedsføringsloven, idet spillet tillige havde et salgsfremmende sigte for en kreds af andre erhvervsdrivende. Der lagdes vægt på, at disse havde medvirket til arrangementet, dels i form af levering af de enkelte reklamespots, dels ved delvis finansiering af gevinster.

Forbrugerombudsmanden henstillede til udgiveren af ugebladet til fremover ikke at foranstalte lignende konkurrencer, der også havde et salgsfremmende sigte for andre erhvervsdrivende end udgivere af periodiske tidsskrifter. (J.nr. FO 89-537-27)

2.5.4. Periodisk skrift

2.5.4.1. Konkurrence i olieselskabs blad

Et større olieselskab udgiver nogle gange årligt et blad. I et af disse blade var der arrangeret en konkurrence, der gik ud på at trække lod om 10 cykelhelme blandt de forbrugere, der kunne besvare 3 spørgsmål korrekt. Olieselskabet gjorde gældende, at bladet er et periodisk skrift, jfr. markedsføringslovens § 8, stk. 2, idet bladet indeholder en betydelig andel redaktionelt stof samt reklamer fra fremmede annoncører, og idet bladet udkommer regelmæssigt.

Forbrugerombudsmanden udtalte, at *når erhvervsdrivende udgi-*

ver et blad, der hovedsageligt omtaler eller reklamerer for den erhvervsdrivendes egne produkter, vil forholdet være omfattet af markedsføringslovens § 8, stk. 1. Undtagelse i markedsføringslovens § 8, stk. 2, omfatter kun periodiske skrifter, der som dag- og ugeblade indeholder redaktionelt stof. Et blad, hvis overordnede formål er at reklamere for udgiverens produkter, er således ikke omfattet af markedsføringslovens § 8, stk. 2, uagtet at bladet udkommer jævnligt, og at bladet i øvrigt indeholder redaktionelt stof. Olieselskabet accepterede henstillingen. (J.nr. FO 89-5321-168)

3.1. Generelt om betalingskort

3.1.1. Benzinselskabers renteberegning ikke i overensstemmelse med renteloven

I forbindelse med *en generel gennemgang af kortudstedernes renteberegning* blev Forbrugerombudsmanden opmærksom på, at en række benzinselskabers renteberegning ved opkrævning af morarente hos kunder, der betaler via Pengeinstitutternes Betalings Systemer eller Postens Total Giro ikke var i overensstemmelse med renteloven.

En række selskaber opkrævede i tilfælde af, at den automatiske betaling blev afvist, en månedlig morarente på 1,25% svarende til en årlig effektiv rentesats på mere end 15%.

Ifølge § 5 i renteloven er morarenten den til enhver tid fastsatte diskonto med et tillæg på 6%, d.v.s. p.t. 13% p.a. Ifølge rentelovens § 7 kan reglen i lovens § 5 ikke fraviges til skade for en forbruger.

Såfremt der er aftalt en højere kreditrente, bevarer kreditor dog retten til denne højere rente efter forfaldsdagen. Kortindehavere, der havde valgt at betale via PBS/PTG, blev betragtet som kontantkunder, idet der ikke ved disse betalinger opkrævedes kreditrente for den korte periode, der løber fra køb, til beløbet afregnes over for benzinselskabet.

Forbrugerombudsmanden påtalte derfor, at der for disse kortindehavere opkrævedes en morarente på mere end 13%, når PBS eller PTG afviste betalingsanmodningerne.

Forbrugerombudsmanden gjorde tillige kortudstederne opmærksom på, at han ikke fandt det i overensstemmelse med rentelovens præceptive forbrugerbeskyttelsesregler at indgå en aftale med en forbruger om, at denne ved for sen betaling eller i tilfælde, hvor betaling afvises, automatisk overgår til alternative betalingsformer, ved hvilke der betales kreditrente.

På baggrund heraf henstillede Forbrugerombudsmanden til de kortselskaber, der ikke allerede handlede efter rentelovens regler, om at indrette deres renteberegningspraksis i overensstemmelse hermed. (J.nr. FO 89-2833-10)

3.1.2. Transaktionsrytteri

En forbruger klagede over, at et internationalt betalingskortselskab havde inddraget hans kort uden varsel med den begrundelse, at der gennem en periode var foretaget kontanthævninger med kortet. Kortholderreglerne var imidlertid ikke overtrådt, idet disse tillod kontanthævninger.

Kortudstederen oplyste til Forbrugerstyrelsen, at man med omgående virkning midlertidigt havde stoppet brugen af betalingskortet, fordi man havde en mistanke om »transaktionsrytteri«. Dette skulle være sket ved, at kortindehaveren i Sverige sidst på måneden hævede kontantbeløb til dækning af sidst udstedte faktura.

Efter at have gennemgået kortindehaverens økonomi meddelte

kortudstederen denne, at kundeforholdet alene kunne fortsætte, hvis kortindehaveren stillede en garanti på 50.000 kr.

I den anledning meddelte Forbrugerombudsmanden kortudstederen, at denne *efter Forbrugerombudsmandens opfattelse når som helst kan foretage kreditværdighedsundersøgelse af en kortindehaver*, men Forbrugerombudsmanden fandt det stridende mod god markedsføringsskik, når kortudstederen spærrede en konto uden varsel, når selskabet samtidig over for kortindehaveren angav, at der ikke var sket en overtrædelse af kortbestemmelserne. Sagen afsluttedes ved, at kortudstederen ændrede sin hidtidige praksis vedrørende transaktionsrytteri, således at kortindehaverne får et rimeligt varsel, før en spærring af kortet bliver gjort effektiv. (J.nr. FO 88-2863-1)

3.1.3. **Nedbrud på Dankortterminalerne**

Efter et nedbrud i Dankortsystemets terminaler påskelørdag 1989 samt ugen efter lørdag d. 1. april har Forbrugerombudsmanden redegjort for de juridiske problemer, der opstår, når det elektroniske Dankort-system bryder sammen, navnlig med hensyn til, hvem der i så fald skal bære tabet ved overtræk eller ved benyttelsen af stjalne kort.

Forretningerne er i sådanne tilfælde nødt til at behandle betalingen manuelt. Da kunden så ikke skal opgive sin kode, kan forretningen derfor ikke være sikker på, om kortet er stjålet. Såfremt det efterfølgende viser sig, at kortet har været benyttet uberettiget, opstår spørgsmålet, om det er kortindehaveren, butikken eller Dankortselskabet, som skal bære tabet.

Det fremgår af aftalegrundlaget mellem PBS og de enkelte betalingsmodtagere (forretninger) om tilslutning til Dankort-terminalsyste-met, at forretningen er garanteret honorering af betalingens første 3.000 kr. Indløsningsgarantien omfatter ikke de tilfælde, hvor forretningen vidste eller burde vide, at brugeren var uberettiget til at benytte Dankortet.

Ved modtagelse af betaling via Dankort-terminal, hvor kortindehaver anvender sin kode, er forretningen således sikret indløsningsgaranti, hvadenten der er tale om en kortindehavers overtræk, eller en trejdemand uberettiget har benyttet et stjålet kort. Kun i de tilfælde, hvor forretningen var i ond tro med hensyn til brugerens benyttelse af kortet, modtager forretningen ikke sin betaling.

PBS har over for Forbrugerombudsmanden oplyst, at ved ned-sat kapacitet i Dankort-netværket er forretningerne på samme måde garanteret honorering af Dankortbetalingens første 3.000 kr. uden at kontrollere spærreliste, forudsat at de anbefalede nødpro-cedureregler følges. Herefter skal Dankortnotaen håndudfyldes med følgende oplysninger:

Dankortets registreringsnummer og kortnummer (11 eller 16 cifre – fremgår af kortets bagside) *dato samt klokkeslæt*, købsbeløb, afkryds-ning i Dankort – VISA/Dankort-rubrikken, kundens underskrift.

Hvis forretningen har en prægemaskine, præges Dankort-notaen med kundens Dankortoplysninger i en prægemaskine. Notaen udfyldes med *dato og klokkeslæt*. Kunden underskriver i underskriftsfeltet.

I begge tilfælde skal forretningen kontrollere, at underskrifterne på Dankortet og notaen er identiske, at foto på Dankortet ligner kunden, at kortet er ægte (Dankort-logo på bagsiden), samt at notaen er korrekt udfyldt og læselig.

Efter erstatningsreglerne i betalingskortloven er betalingsmodtager ansvarlig for tab som følge af uberettiget brug af betalingskort, såfremt han vidste eller burde vide, at brugeren var uberettiget til at benytte kortet, jfr. § 21, stk. 3.

Efter forhandling mellem Forbrugerombudsmanden og PBS om driftssikkerheden i Dankort-systemet er det aftalt, at ved salg af Dankortterminaler vil der fremover medfølge en uddybende forretningsgang for nødprocedurer. Endvidere vil Pengeinstitutternes Betalingssystemer A/S i samarbejde med pengeinstitutterne revurdere alle nødprocedurer, således at disse for fremtiden vil opleves som værende så hensigtsmæssige som muligt, både for forretninger og kortindehavere.

Pengeinstitutternes Betalingssystemer A/S har oplyst, at systemet er ændret, således at den fejl, der opstod i påsken og den efterfølgende lørdag, ikke vil kunne ske igen, idet man har udbygget systemet og derved fordoblet edb-maskinernes kapacitet. (J.nr. FO 89-282-4)

3.2. **Betalingskortlovens § 10**

3.2.1. **Betalingskort tilknyttet kassekredit omfattet af »kartoffelkurens« bestemmelser**

I forbindelse med kartoffelkurens vedtagelse i oktober 1986 blev det besluttet, at samtlige dokumenter med ret til kontokøb skulle stemples med en afgift til staten på 4%.

Et betalingskortselskab mente, at man var i stand til at undgå afgiftspligten ved at *knytte en kassekredit til betalingskortet*. Herefter markedsførtes betalingskortet aggressivt, idet man anførte over for kommende kortindehavere, at kassekreditkontrakterne alene skulle stemples med 3‰.

Efter forhandlinger med selskabet og forelæggelse for Justitsministeriet meddelte Forbrugerombudsmanden i sommeren 1988 selskabet, at deres *kassekreditkontrakter var omfattet af »kartoffelkurens« bestemmelser*, da ydelsen af kredit er det afgørende led i anvendelsen af kortet.

Det viste sig senere, at selskabet ikke havde efterlevet Forbrugerombudsmandens anvisninger.

I efteråret 1989 modtog Forbrugerombudsmanden adskillige telefoniske og flere skriftlige klager over, at betalingskortselskabet i oktober/november havde pålagt kortindehaverne en stempelafgift på 4%.

Forbrugerombudsmanden meddelte kortselskabet, at han fandt det stridende mod god markedsføringsksik, når et betalingskortselskab næsten 3 år efter, at aftalerne var indgået, pålagde kortindehaverne nye omkostninger i strid med de oplysninger, der var meddelt i forbindelse med indgåelsen af kontoaftalerne. Samtidig henledte han kortudstedernes opmærksomhed på stempelafgiftslovens § 31, stk. 1, hvoraf fremgår, at enhver, der er part i et retsforhold, som et stempelpligtigt dokument vedrører, hæfter for betaling af stempelafgiften. D.v.s. at parterne i retsforholdet hæfter solidarisk. I et sådant forhold er det uden betydning, om der er truffet aftale inter partes om stempelafgiftens fordeling.

Afsluttende meddelte Forbrugerombudsmanden kortudstederen, at der mellem kortudstedere og kortindehavere kan indgås en *ny aftale* om, at kortindehaveren skal betale nærmere angivne stempelomkostninger, men såfremt accept af en sådan aftale ikke opnås hos kortindehaveren, må der ske en afvikling af kontoen efter de for denne gældende bestemmelser.

Kontokunders fortsatte anvendelse af betalingskortet efter oplysning om, at dette vil udløse forøget stempelafgift, kunne anses for at indebære en accept af de ændrede aftalevilkår.

Selskabet indvilligede i at tilbageføre stempelafgiften for samtlige de kortindehavere, der ikke anvendte betalingskortet efter at have modtaget en sådan henvendelse, herunder også de kunder, der ikke reagerede på kortselskabets henvendelser. (J.nr. FO 87-1617-1)

3.3. Betalingskortlovens § 13

3.3.1. Benyttelse af Dankort, udstedt af Postgiro, i egen Dankort-terminal

En række erhvervsdrivende, der i deres forretninger havde egen Dankortterminal, begyndte at anvende Postgiro Dankort til at overføre midler fra deres postgirokonto til deres kassekreditkonti i pengeinstitutter. Derved opnåedes en rentefordel for de erhvervsdrivende, idet midlerne kunne overføres, straks de var indgået på postgirokontoen.

Postgiro begyndte i januar 1989 at opkræve et særligt gebyr for disse specielle Dankorttransaktioner. Gebyret var ikke omtalt i de for Postgiro Dankortet gældende kortholderregler, ligesom det ikke blev varslet over for den enkelte kortindehaver. Der skete alene underretning af Den Danske Bankforening og Danmarks Sparekasseforening med anmodning om, at foreningerne underrettede deres medlemmer. Postgiro varslede dog gebyret særskilt over for de pengeinstitutter, der særligt havde markedsført ordningen over for indehavere af Dankortterminaler.

Efter at Forbrugerombudsmanden havde modtaget en klage, blev sagen forelagt for Postgiro, der udtalte, at gebyret var blevet pålagt, fordi de erhvervsdrivende anvendte Postgiro Dankortet i strid med kortholderreglerne, der ikke tillod sådanne transaktioner. I stedet for at inddrage kortene havde Postgiro valgt at opkræve

et gebyr, svarende til det, der opkræves ved kasseudbetalingskort, idet Postgiro fandt, at den likviditetsmæssige virkning for kunden og Postgiro svarede til virkningen af hævning ved kasseudbetalingskort.

Det følger af forarbejderne til betalingskortlovens § 13, stk. 1, nr. 3, at oplysning om omkostninger, der vil kunne pålægges en kortindehaver i henhold til lovgivningen som følge af hans misligholdelse, ikke er omfattet af oplysningspligten. Forbrugerombudsmanden udtalte, at forarbejderne imidlertid ikke giver hjemmel til ensidigt at fastsætte gebyrer, ligesom den ikke undtager særligt aftalte misligholdelsesbeføjelser. Motivudtalelsen omfatter alene de misligholdelsesbeføjelser, som f.eks. morarenter, der direkte følger af lovgivningen, herunder reglerne om erstatning.

Forbrugerombudsmanden udtalte endvidere, at de pågældende transaktioner indebar overførelse af betaling til pengeinstituttet i betalingskortlovens forstand, uanset at det er kontohaveren, ikke pengeinstituttet, der i henhold til § 5 i lov om betalingskort måtte anses som »betalingsmodtager«.

Forbrugerombudsmanden fremhævede endvidere, at selv om det måtte antages, at transaktionen ikke indebar en overførsel af betaling i betalingskortlovens forstand, så var det pågældende gebyr en omkostning, som der særligt skulle oplyses om i henhold til § 13, stk. 1, nr. 3. Dette skyldes, at gebyret – ligesom f.eks. det gebyr, der er indeholdt i Postgiros kortholderregler for at anvende Dankortet som hævekort i »Kontanten« – er specifikt knyttet til anvendelsen af Dankortet.

Endelig nævnte Forbrugerombudsmanden, at en opkrævning af gebyrer for at være i overensstemmelse med god markedsføringskik må have hjemmel i det pågældende aftaleforhold eller lovgivningen i øvrigt.

Det forhold, at en kortindehaver har tilsidesat kortholderforskrifterne, således at kortet ville kunne inddrages, berettiger ikke i sig selv til – som en mildere løsning – til at opkræve et gebyr.

Efter henvendelsen fra Forbrugerombudsmanden ændrede Postgiro kortholderreglerne således, at det tydeligt fremgik, at anvendelse af Dankort i egen terminal var gebyrbelagt. (J.nr. FO 89-2832-4)

3.4. **Betalingskortlovens § 17 og § 19**

3.4.1. **Kontantdiskrimination. Fordelskuponer**

Forbrugerombudsmanden modtog en klage over, at et stormagasin i strid med betalingskortlovens § 17 udstedte fordelskuponer til sine kontokunder, uden at de øvrige faste kunder havde mulighed for at opnå de samme fordele. Fordelskuponerne gav mulighed for opnåelse af rabat på udvalgte varer. Stormagasinet afviste klagen, idet man anførte, at fordelskuponerne udstedes til alle registrerede, faste kunder, såvel kontantkunder som kontokunder. For så vidt angik instruksens på salgsgulvet, havde man instrueret personalet på følgende måde, at anvendelsen af fordelskuponen ikke

er afhængig af den måde, kunden betaler på, samt bedt personalet oplyse kunder, der ikke har modtaget fordelskuponer om, hvorledes kontantkunderne fremover kan modtage disse.

Det fremgik af de oplysninger, Forbrugerombudsmanden havde modtaget fra stormagasinet, at 90% af de kunder, der modtog fordelskuponerne var kontokortkunder, mod ca. 10% kontantkunder.

Da forskellen mellem antallet af kuponer, der udstedes til kontokortkunder og til kontantkunder, er iøjnefaldende, henstillede Forbrugerombudsmanden til stormagasinet overvejelse at foretage en mere ligeværdig markedsføring af fordelskuponerne over for såvel kontokortkunder som kontantkunder, og Forbrugerombudsmanden meddelte afsluttende, at man fortsat ville følge stormagasinet markedsføring af fordelskuponerne. (J.nr. FO 88-2865-62)

3.4.2. Rabat til sportsklubs medlemmer med betalingskort

I 1989 blev der rejst tiltale mod et benzinselskab, idet selskabet havde ydet rabat til kortindehavere af en bestemt sportsforening ved disses køb af benzin og dieselolie ved brug af betalingskort, uden af de samme fordele blev ydet ved kontant erlæggelse. Samtidig blev der rejst tiltale for overtrædelse af markedsføringslovens § 2, stk. 1, idet selskabet ved en rundskrivelse til de pågældende sportsklubbers medlemmer havde reklameret med tilbud om rabat ved køb af benzin og olie ved brug af betalingskortet uden samtidig at oplyse om muligheden for at få samme rabat ved kontant betaling uden brug af betalingskort.

Benzinselskabet blev ved Sø- og Handelsretten i 1990 idømt en bøde på 10.000 kr. herfor.

3.4.3. Kontantdiskrimination. Særlige fordele knyttet til internationale betalingskort

Forbrugerombudsmanden fik i 1985 forelagt en sag vedrørende en kortudsteder, der bl.a. ønskede, at et betalingskort skulle have følgende funktioner:

1. Som legitimation ved deltagelse i klubbens arrangementer ved benyttelse af særlige faciliteter m.v.
2. Som betalingskort ved køb i visse detailforretninger og virksomheder.
3. Som legitimation ved opnåelse af særlige rabatter for medlemmerne ved køb i ovennævnte virksomheder og forretninger m.v.

Forbrugerombudsmanden udtalte dengang blandt andet, at den påtænkte ordning ville indebære en anvendelse af kortet, der var i strid med betalingskortlovens § 19, stk. 1.

I foråret 1989 begyndte et kortselskab, der var datterselskab af et flyselskab, at markedsføre to nye betalingskort, der samtidig virkede som medlemskort i to klubber, som flyselskabet havde oprettet. Klubmedlemskabet gav fordele til medlemmerne ved køb af produkter hos flyselskabet eller dets datterselskaber eller tilknyttede samarbejdspartnere.

Forbrugerombudsmanden henledte kortudstederens opmærk-

somhed på betalingskortlovens § 17, der forbyder såkaldt *kontant-diskriminering*, samt lovens § 19, stk. 1, ifølge hvilken betalingskort ikke må kræves anvendt som *legitimationsmiddel* i andre sammenhænge end betalingstransaktioner og som hævekort.

Begrundelsen for reglen i betalingskortlovens § 19, stk. 1, er, at man ønskede at sikre, at betalingskort ikke får andre funktioner end som betalingskort, hvorved ikke-interessererede forbrugere ikke skal kunne føle sig presset til at modtage et betalingskort.

Efter forhandlinger accepterede Forbrugerombudsmanden den nu påtænkte konstruktion under forudsætning af, at der til klubmedlemmer, der ikke ønskede at have betalingskort, blev udstedt »rene« medlemskort uden tilknyttet betalingskortfunktion.

Endvidere fremhævede Forbrugerombudsmanden, at reklamer med medlemskortene henholdsvis med og uden betalingskortfunktion skulle ske på en ligeværdig måde, således at begge muligheder kom til at fremstå lige fremhævet og med lige store typer i reklamemateriale m.v.

Selskabet oplyste, at ingen oplysninger, der registreredes i forbindelse med betalingskortfunktionen, anvendtes i forbindelse med medlemskabet af klubberne. Der opereredes med separate registreringsmetoder uden forbindelse med hinanden.

Kort tid herefter henvendte endnu et betalingskortselskab sig til Forbrugerombudsmanden med ønsket om at udstede et betalingskort med klubfordele samt et rent klubkort. Dette kort er især blevet markedsført over for unge mennesker mellem 18 og 30 år, der handler ind i et center med såvel konfektionsforretninger, restauranter, diskoteker, biografer etc.

Forbrugerombudsmanden accepterede ligeledes denne konstruktion under de samme forudsætninger som for det internationale betalingskort. (J.nr. FO 89-2865-70)

3.5. **Betalingskortlovens § 24**

3.5.1. **Kontokortselskabs videregivelse af oplysninger om kortindehaver til Danmarks Statistik til brug for forskningsprojekt ikke tilladt**

Et institut under en højere læreanstalt ønskede oplysninger fra finansierings- og kontokortselskaber samt fra Danmarks Statistik til brug for et forskningsprojekt vedrørende husholdningernes betalingsvanskeligheder.

Instituttet forestillede sig projektet gennemført ved, at der for udvalgte finansierings- og kontokortselskaber skulle videregives oplysninger om selskabernes »inkassoramte/ikke-inkassoramte« kunder. Oplysningerne skulle videregives ved angivelse af cpr-nummer til Danmarks Statistik. Danmarks Statistik skulle herefter samkøre oplysningerne med oplysninger fra sit eget indkomststatistikregister. Oplysningerne fra de samkørte registre skulle videregives i anonymiseret tabelform til instituttet på læreanstalten. Projektet var første del af et fællesnordisk projekt under Nordisk Ministerråd.

Forbrugerombudsmanden afgav en udtalelse vedrørende projektets overensstemmelse med betalingskortloven.

Efter bestemmelsen i betalingskortlovens § 24, stk. 2, må oplysninger om kortindehavere kun videregives, når dette er nødvendigt til gennemførelse af betalingstransaktioner, korrektioner og retshåndhævelse, eller når dette er hjemlet ved lov.

Forbrugerombudsmanden udtalte, at vendingen »hjemlet ved lov« kun omfatter tilfælde, hvor oplysningerne kræves afgivet som en pligt. Den foreliggende domspraksis vedrørende fortolkningen af § 24 giver ikke anledning til en ændret opfattelse.

På baggrund heraf fandt Forbrugerombudsmanden ikke, at kontokortselskaberne kunne videregive de ønskede oplysninger til et forskningsprojekt. Det blev i den forbindelse tilføjet, at kortindehaverne ikke med retlig virkning kunne give samtykke til videregivelse af personhenførbare oplysninger til det påtænkte projekt. § 24 har offentligretlig karakter og er ufravigelig. (J.nr. FO 89-280-30)

3.5.2. **Kreditværdighedsvurdering efter et kreditscoringssystem**

En række kortudstedere påtænkte i samarbejde med et kreditoplysningsbureau at udvikle et *analysesystem til vurdering af kreditværdighed*.

Systemet tænktes opbygget således, at der fra kortudstedernes kunderegister statistisk udvalgte et stort antal »gode« og »dårlige« debitorer samt et antal ansøgere, der var blevet nægtet betalingskort.

Oplysninger om de pågældende kunder, såsom boligområde, butikksform, indtægtsforhold, beskæftigelse, alder, civilstand, kundeforhold til andre kontoringe m.v., skulle statistisk sammenholdes med deres betalingsforløb. Andre oplysninger om de enkelte kunder, f.eks. spørgsmål om man havde telefon, kunne senere inddrages. Desuden skulle i analysen inddrages specielle firmapolitikker m.v. hos den enkelte kortudsteder.

Ved en statistisk analyse skulle de valgte parametre bearbejdes hver for sig og i forskellige kombinationer. Herved ville fremkomme en vægtning af de enkelte parametres betydning for kreditværdigheden, og derudfra skulle dannes et pointsystem. Systemet skulle udarbejdes individuelt for hver enkelt kortudsteder. Det ville blive ajourført løbende.

Systemet skulle anvendes således, at de af hver enkelt kontoring indhentede oplysninger om ansøgere overførtes til kreditoplysningsbureauet, der ud over at kontrollere, om bureauet selv havde oplysninger om de pågældende, skulle foretage en opgørelse af, hvor mange point den pågældende ansøger opnåede. Dette resultat ville blive meddelt til kortudstederen, der herefter foretog den endelige kreditværdighedsvurdering.

Vedr. etableringen og ajourføringen af systemet udtalte Forbrugerombudsmanden, at den skitserede videregivelse og brug af oplysninger på kortindehavere, som ikke i relation til betalingskortlovens § 24 var nødvendig til gennemførelse af betalingstransaktioner, korrektioner og retshåndhævelse eller hjemlet ved lov.

Oplysningerne måtte derfor først videregives til kreditoplysningsinstituttet og anvendes til opbygning og ajourføring af systemet, når de var gjort ikke-personhenførbare. En »rensning« for kundename var ikke tilstrækkelig hertil. I relation til § 1, stk. 2, i lov om private registre m.v. omfatter personoplysninger sådanne oplysninger, som kan henføres til bestemte personer, selv om det forudsætter kendskab til personnummer, registreringsnummer eller lignende særlige identifikationer. Forbrugerombudsmanden fandt på lignende måde, at oplysning om kortnummeret for betalingskort var personhenførbare, selv om nøglen, d.v.s. sammenhængen mellem kortnummer og navn og adresse på kortindehaver, opbevares hos tredjemand. Forbrugerombudsmanden fandt på baggrund heraf, at oplysning om kort, konto eller kundenummer måtte konverteres, før etableringen af systemet påbegyndtes, f.eks. ved brug af en særlig hemmelig algoritme, således at oplysningerne ikke længere var personhenførbare. Kortudstederne henvistes til at rette henvendelse til Registertilsynet med henblik på etablering af en sådan fremgangsmåde.

Forbrugerombudsmanden bemærkede, at kortindehavere ikke med retlig virkning kan give samtykke til anvendelse af personhenførbare oplysninger til opbygningen eller ajourføringen af det påtænkte system. § 24 har offentligretlig karakter og er ufravigelig.

For så vidt angår anvendelsen af det påtænkte system bemærkede Forbrugerombudsmanden, at en videregivelse af oplysninger om *kreditansøgere* fra de enkelte kortudstedere til kreditoplysningsbureauet i forbindelse med de enkelte konkrete kreditværdighedsvurderinger til brug for afgørelse om senere udstedelse af betalingskort ikke var omfattet af betalingskortlovens § 24.

Forbrugerombudsmanden fandt heller ikke, at der i medfør af betalingskortlovens generalklausul kunne rettes indvendinger mod denne videregivelse. Forbrugerombudsmanden gik her ud fra, at oplysningerne alene anvendtes i forbindelse med de konkrete kreditværdighedsvurderinger, og at de blev slettet, så snart dette kunne ske efter registerlovgivningens forskrifter. (J.nr. FO 89-288-74)

4. Afgørelser fra Forbrugerklagenævnet af almindelig interesse

4.1. Husholdningsapparater, radio/TV, elektronik, isenkram

4.1.1. Køb af en PC ansås som et forbrugerkøb

En læge købte i en dataudstyrsforretning en mindre PC til godt 8.500 kr. Lægen ønskede ikke at gøre brug af tilbud om tegning af en servicekontrakt, idet han overfor sælgeren anførte, at købelovens 1-årige »garanti« var tilstrækkelig. *Lægen havde ikke selvstændig praksis, og PC'en skulle udelukkende anvendes privat*, men der blev ved købet ikke drøftet noget om brugen af denne. Efter ca. 8 måneders brug opstod der en fejl. Lægen indleverede PC'en til reparation under garantien. Da reparationen var udført, blev lægen afkrævet et reparationsvederlag, idet sælgeren oplyste, at der ikke var garanti på PC'en.

Sælgeren anførte, at der blev tilbudt en servicekontrakt, fordi det blev oplyst, at der ikke blev ydet garanti på PC'er. Den pågældende computer var IBM-kompatibel, og lægen måtte derfor være klar over, at der var tale om en computer beregnet til erhvervsmæssig brug. Lægen blev ihvertfald informeret om, at der var tale om et handelskøb. Ved indlevering til reparation fik lægen påny oplyst, at der ikke var garanti, men at man ville prøve, om leverandøren eventuelt ville udføre vederlagsfri reparation, hvilket dog ikke skete.

Nævnet fandt, at selv om PC'en havde en ikke ubetydelig kapacitet og derfor også kunne anvendes erhvervsmæssigt, kunne dette ikke i sig selv begrunde, at købet skulle betegnes som et handelskøb. Ligeledes berettigede oplysningen om, at køberen var læge, heller ikke i sig selv sælgeren til at antage, at PC'en blev købt med henblik på erhvervsmæssig anvendelse. Da sælgeren herefter ikke havde kunnet løfte bevisbyrden for, at købet ikke var et forbrugerkøb, var købet omfattet af købelovens § 4a. Da sælgeren i sagen ikke havde bestridt, at den udførte reparation var forårsaget af funktionsfejl, fandt nævnet, at klageren i overensstemmelse med købelovens § 78, stk. 1, 2. pkt., var berettiget til at kræve manglen afhjulpet vederlagsfrit. Da lægen i forbindelse med betaling af reparationsvederlaget havde gjort indsigelse, pålagde nævnet sælgeren at tilbagebetale reparationsvederlaget. (j.nr. FKN 88-136-79)

4.1.2. Aftale om returnering af afgift på videomaskiner i forbindelse med afgiftnedsættelse i januar 1989

En forbruger købte d. 18. januar 1989 en videomaskine og blev i forbindelse med købet lovet, at såfremt afgiften på videomaskiner blev nedsat, ville han få refunderet dette beløb. På fakturaen blev der anført: »minus evt. afgiftdifference«. To dage senere byttede klageren videomaskinen til en anden videomaskine og betalte en difference på 500 kr.

To dage senere, d. 22. januar 1989, da lov om afgiftsættelsen var blevet vedtaget, henvendte forbrugeren sig i forretningen for at få tilbagebetalt afgiften, fik han oplyst, at han skulle vente to måneder på pengene, idet forretningen først skulle have dem retur fra Toldvæsenet.

Da kunden imidlertid ikke kunne få forretningen til at udbetale afgiftbeløbet, og da man ligeledes afslog at ophæve handelen, indgav han klage til Forbrugerklagenævnet med krav om, at han fik tilbagebetalt afgiftsættelsen incl. moms af denne.

Under sagens behandling ved Forbrugerklagenævnet gjorde forretningen gældende, at man kun havde lovet at tilbagebetale afgiften, såfremt man selv fra Toldvæsenet kunne få dette beløb refunderet. Da der imidlertid ikke er hjemmel til dette i loven af 22. januar 1989, afslog man at tilbagebetale differencen. Forbrugeren bestred, at der var gjort en sådan indskrænkning i aftalen.

Forbrugerklagenævnet fandt det for godtgjort, at der mellem forbrugeren og forretningen var indgået aftale om, at forbrugeren i tilfælde af nedsættelse af afgiften på videomaskiner ville få godtgjort dette beløb. Nævnet fandt ikke, at det imod forbrugers benægtelse kunne godtgøres, at aftalen var begrænset til kun at gælde, såfremt sælger kunne få beløbet refunderet fra Toldvæsenet. Man lagde således vægt på, at dette forbehold ikke var påført fakturaen, ligesom det på tidspunktet for aftalens indgåelse var almindelig kendt i radiobranschen, at forretningsdrivende ikke ville kunne få refunderet erlagt afgift i tilfælde af en afgiftsættelse. Nævnet fandt derfor, at forbrugeren var berettiget til at få afgiften udbetalt, men ikke hele differencen, idet der ikke var holdepunkter for at antage, at man også havde aftalt, at moms af afgiften skulle tilbagebetales. (j.nr. 2. kt. FKN 89-133-399)

4.1.3. Ved ombytning og ophævelse af køb af husholdningsapparater skulle betalt punktafgift godskrives forbrugerne, uanset at punktafgiften senere var bortfaldet

D. 22. januar 1989 bortfaldt punktafgiften for bl.a. mikrobølgeovne og køleskabe. Forbrugerklagenævnet har behandlet 3 sager, hvor forhandleren ved efterfølgende ombytning eller ophævelse af købet ikke ville refundere den erlagte punktafgift.

2 sager vedrørte mikrobølgeovne, der var købt henholdsvis i juli 1988 og i begyndelsen af januar 1989. I begge tilfælde var der på købsnotaerne tilføjet, at der blev givet 12 måneders ombytningsret, såfremt køber ønskede at købe en anden eller større mikrobølgeovn. Efter at punktafgiften på mikrobølgeovne var bortfaldet d. 22. januar 1989, ønskede begge købere at anskaffe en større og mere avanceret mikrobølgeovn og i forbindelse hermed gøre brug af ombytningsretten. Forhandleren accepterede dette, men det blev oplyst, at i forbindelse med ombytningen ville kun den aktuelle dagspris for den købte mikrobølgeovn blive godtgjort i købsprisen for den nye mikrobølgeovn.

Forhandleren gjorde i sagerne gældende, at den 12 måneders ombytningsret skulle forstås således, at man indenfor 12 måneder

ombyttede til en anden mikrobølgeovn, og at den pris, der blev godtgjort for den gamle mikrobølgeovn, var den aktuelle salgspris/dagspris.

Nævnet lagde i begge sager til grund, at der ved købene var indrømmet 12 måneders ombytningsret ved køb af en anden mikrobølgeovn, og at forhandleren ikke i forbindelse med den tilsagte ombytningsret havde taget forbehold for prisændringer, herunder ændringer i afgifter til det offentlige. I overensstemmelse med fast praksis fandt nævnet herefter, at den pris, køberne faktisk havde betalt for mikrobølgeovnene, skulle lægges til grund, når køberne gjorde brug af ombytningsretten. Nævnet bestemte derfor, at forhandleren også skulle godskrive køberne for den betalte, men nu bortfaldne punktafgift. (j.nr. FKN 89-101-56 og FKN 89-101-60)

Den tredje sag vedrørte køb af et køleskab d. 14. januar 1989. Kort tid efter købet opstod der fejl, idet køleskabet varmede i stedet for at køle. Under montørbesøget fra leverandørens serviceafdeling konstaterede servicemontøren, at der var leveret et demonstrationsskab, hvilket blev angivet på serviceraporten. Køber afviste herefter at få foretaget reparation og krævede i stedet at få leveret et nyt køleskab. Leverandøren meddelte i stedet, at man ophævede købet, og at købesummen ville blive tilbagebetalt af forhandleren. Da forhandleren afregnede købesummen, var den nu bortfaldne punktafgift for køleskabet fratrukket i det beløb, der blev udbetalt til køberen. Forhandleren begrundede dette med, at da punktafgiften var betalt, og da punktafgift ikke kan tilbageføres, når den er ophævet ved lov, var forhandleren ikke forpligtet til at refundere punktafgiften.

Nævnet lagde efter det oplyste til grund, at det mellem parterne var aftalt, at købet af køleskabet var ophævet. I overensstemmelse med købelovens § 57 var forhandleren herefter forpligtet til at tilbagegive, hvad han havde modtaget i betaling. Det forhold, at punktafgiften for køleskabet efter købet ved lov var bortfaldet, indebar ikke, at forhandleren var berettiget til at fratrække den bortfaldne punktafgift i købesummen. Nævnet pålagde derfor forhandleren også at udbetale punktafgiften til køberen. (j.nr. FKN 89-100-79)

4.1.4. ✓

Betaling for transport af tørretumbler til værksted. Garanti fortolket i overensstemmelse med principperne i købelovens § 78 og Forbrugerombudsmandens retningslinier

En forbruger købte en brugt tørretumbler d. 5. december 1988 for ialt 1.500 kr. Sælgeren noterede på fakturaen, at der var ½ års garanti på tørretumbleren. I garantiperioden gik tørretumbleren i stykker og skulle repareres af sælgeren. Sælgeren accepterede at reparere tørretumbleren i henhold til garantien, men han ville ikke betale for transporten af tørretumbleren fra køberens bopæl i Kirke Hyllinge til hans værksted på Østerbro i København.

Nævnet fandt, at sælgeren ved købet var bekendt med forbrugers bopæl, idet *både forbrugers adresse og garantitilsagnet var påført salgsnotaen*. Sælgeren havde ikke i garantitilsagnet taget noget

forbehold, herunder for transportudgifter vedrørende garantireparationer.

Da indholdet af garantien ikke nærmere regulerede sælgers garantiforpligtelse fandt nævnet i overensstemmelse med principperne i købelovens § 78 og efter Forbrugerombudsmandens retningslinier for anvendelse af garantiudsagn i reklame- og aftalevilkår, at køberen kunne forlange, at sælgeren uden udgift afhjalp et garantisvigt, medmindre dette ville forvolde sælgeren uforholdsmæssige omkostninger eller ulempe. Sælgeren skulle derfor vederlagsfrit reparere tørretumbleren. Hvis sælgeren ikke ønskede at foretage reparation på køberens bopæl eller i øvrigt at afholde omkostninger til transport til eget værksted, kunne køberen i stedet vælge mellem enten at få tørretumbleren repareret hos en anden reparatør for indklagedes regning eller at hæve købet, jfr. købelovens § 78, stk. 3, jfr. stk. 1. (j.nr. FKN 89-111-19)

4.1.5.

BRITA-vandfilterkande. Afgivelse af sølv til drikkevandet i kanden ansås ikke for en mangel

En forbruger havde købt en BRITA-vandfilterkande. Da der i dagspressen og forbrugerblade påny fremkom oplysninger om, at brug af vandfilteret var sundhedsskadeligt ved, at der blev afgivet sølv fra filteret til drikkevandet, rettede forbrugeren henvendelse til sælgeren for at ophæve købet, men dette blev afvist.

Importøren har oplyst, at filteret indeholder sølv, og at der også afgives sølv fra vandfilteret i størrelsesordenen 20 mikrogram pr. liter. Vandfilteret er et apparat til »kosmetisk« vandbehandling med henblik på en forbedring af smag og udseende, men samtidig sker der en ændring af vandets sammensætning.

Miljøstyrelsen har til Forbrugerklagenævnet oplyst, at styrelsen ikke selv havde fået foretaget undersøgelse af filteret, men at andre institutioner har orienteret styrelsen om foretagne undersøgelser. Miljøstyrelsen har endvidere oplyst, at anvendelse af filteret ikke er omfattet af de bekendtgørelser, der er udstedt med hjemmel i vandforsyningsloven. Miljøstyrelsen har dog tidligere anmodet firmaet om at trække produktet ud af markedet, fordi *filtre af tilsvarende art monteret på vandhanerne ikke ville blive tilladt*. Miljøstyrelsen fandt det derfor uheldigt at forbyde filtre på vandhaner, men acceptere dem, blot fordi filtret var udenfor vandinstallationen, når de udførte nøjagtig samme funktion og havde samme negative effekt på drikkevandet.

Levnedsmiddelstyrelsen har ved Hygiejnisk Forvaltning i Aalborg, hvor importøren har hjemstedskommune, fået foretaget en undersøgelse af sølvafgivelsen fra BRITA-vandfilter. Undersøgelsen fandt sølvværdier, der efter den første udvaskning lå under grænseværdien i bekendtgørelsen for vandkvalitet. Hygiejnisk Forvaltning fandt på baggrund af undersøgelsen ikke tilstrækkelig anledning til at indlede en politisag, men udtalte, at *man var enig i Miljøstyrelsens vurdering af, at filteret var mere skadeligt end gavnligt og var overflødig på markedet*.

Sundhedsministeriet oplyste til Forbrugerklagenævnet, at filteret

var omfattet af Sundhedministeriets bekendtgørelse om materialer og genstande bestemt til at komme i berøring med levnedsmidler, men at Levnedsmiddelstyrelsen, Institut for Toksikologi, på baggrund af undersøgelsen i Aalborg kommune ikke fandt, at afgivelse af sølv på det niveau, der var omtalt i undersøgelsesmaterialet (ca. 30 µg/l) indebar nogen sundhedsrisiko. Sundhedsministeriet udtalte derfor, at såfremt forbrugernes begrundelse for at opfatte anvendelsen af filteret som sundhedsskadeligt relaterede sig til sølvafgivelse, anses dette ikke for at være begrundet.

På baggrund af oplysningerne fra Sundhedsministeriet om, at den konstaterede sølvafgivelse ved brug af filteret ikke ansås for sundhedsskadeligt, fandt *nævnet*, at filteret for så vidt angår dette forhold *ikke var behæftet med en mangel* i købelovens forstand. Forbrugeren fik derfor ikke medhold i kravet om at ophæve købet. (J.nr. FKN 88-14-33)

4.1.6. **Stereo-farveTV og stereo-videomaskine kunne ikke modtage stereoprogrammer fra TV2**

En forbruger købte i august måned 1988 et stereo-farveTV og en stereo-videobåndoptager for en samlet pris af 28.785 kr. Ved købet spurgte køber, om både fjernsyn og båndoptager var i stand til at gengive og optage i stereo, hvilket han blev lovet, ligesom sælgeren svarede, at der var tale om varer, der teknisk set var »up-to-date, langt ud i fremtiden«.

Da TV2 d. 18. november 1988 udsendte en stereoudsendelse opdagede forbrugeren til sin store overraskelse, at hans apparater ikke kunne bruges til modtagelse af stereomodtagelseudsendelsen. Han henvendte sig derfor hos sælgeren, hvor han fik oplyst, at hverken fjernsyn eller video kunne optage eller gengive danske stereoudsendelser, fordi de ikke var udstyret med en NICAM decoder, der skulle bruges til de danske programmer, men derimod en A2-decoder, et system man anvendte ved udsendelse af tyske stereoudsendelser. Samtidig fik han at vide, at Norden først et år tidligere havde besluttet at ville bruge NICAM-systemet, som var et nyudviklet digitalt lydsystem.

Forbrugeren fik samtidig tilbudt at få indbygget en NICAM decoder i sit TV-apparat mod betaling af montage og kørsel. Man tilbød derimod ingen løsning for videobåndoptageren. Da forbrugeren ikke var tilfreds med dette tilbud, indbragte han sagen for Forbrugerklagenævnet.

Under behandlingen ved nævnet gjorde sælgeren gældende, at man havde orienteret klageren om forskellen mellem de to decodersystemer, ligesom man henviste til en brochure, hvori der blev redegjort for de to decodersystemer. Forbrugeren afviste, at dette havde været på tale ved køkets indgåelse, ligesom han gjorde gældende, at han aldrig havde fået brochuren udleveret.

Forbrugerklagenævnet rettede herefter henvendelse til B&O, der havde fremstillet produkterne og fik oplyst, at man ikke kunne indbygge en NICAM decoder i videobåndoptageren, idet der ikke var plads til den. B&O oplyste samtidig, at det i hele 1988 havde

været almindeligt kendt i radioforhandlerkredse, at stereovideomaskiner ikke kunne optage stereoudsendelser fra TV2.

Forbrugerklagenævnet fandt, at det på tidspunktet for salget påhvilede en sælger af stereoTV udstyr med A2-decoder at informere køberen om, at varen ikke kunne bruges til modtagelse af stereoudsendelser i Danmark. Nævnet lagde i den forbindelse afgørende vægt på, at det længe i fagkredse havde været kendt, at TV2 og Danmarks Radio havde valgt at anvende NICAM-systemet.

Forbrugerklagenævnet fandt ikke, at det kunne lægges til grund, at sælger havde givet forbrugeren tilstrækkelige informationer om dette forhold. Da apparaterne savnede egenskaber, som forbrugeren med rette kunne forvente de havde, var han berettiget til vederlagsfrit at få indbyttet en NICAM decoder i TV-apparatet. Han fik ligeledes et afslag på 2.500 kr. i købesummen for videobåndoptageren, eftersom den ikke kunne ombygges til at modtage stereoudsendelser og derfor ikke kunne anvendes i det omfang, han havde været berettiget til at forvente ved køkets indgåelse. (J.nr. 2.kt. FKN 88-133-372)

4.1.7. Annoncering med salg af hvidevarer i lokalannoncer fandtes at have et sådant omfang, at sælger blev anset for erhvervsdrivende i forbrugerklagenævnslovens forstand

På baggrund af en annonce i et lokalblads »køb, salg, bytte«-annonceside købte en forbruger en brugt tørretumbler. I annoncen oplyste sælgeren, at tørretumbleren var »pæn og velholdt med ny motor«. På kvitteringen anførte sælger, at tørretumbleren blev solgt uden nogen garanti. Ved opstillingen, som køber selv foretog, blev det konstateret, at motoren var brændt af. Køber henvendte sig til sælger, der afviste reklamationen.

Sælger gjorde gældende, at han ikke var erhvervsdrivende eller forhandler af hårde hvidevarer, og at der var tale om et privat salg gennem en annonce. De annoncer, som sælgeren gennem en periode havde indrykket i lokale blade, omfattede diverse effekter, der sædvanligvis benyttedes i en landbrugsejendom. Han ønskede at sælge disse, idet der var foretaget en oprydning på hans landbrugs-ejendom i forbindelse med restaurering. Han gjorde derfor gældende, at Forbrugerklagenævnet ikke var kompetent til at behandle klagen.

På baggrund af en gennemgang af sælgers annoncering i de lokale blades »køb, salg, bytte«-annonceside fandt nævnet det ubetænkeligt at lægge til grund, at salget af hvidevarer havde et ikke ubetydeligt omfang og en sådan varighed, at sælger kunne anses for erhvervsdrivende i forbrugerklagenævnslovens forstand. Nævnet anså sig derfor kompetent til at behandle klagesagen.

På baggrund af sælgers oplysninger i annoncen om, at tørretumbleren havde ny motor sammenholdt med den annoncerede pris, fandt nævnet, at der ved køkets afslutning var givet urigtige og vildledende oplysninger, der havde haft betydning for købers bedømmelse af tørretumbleren, ligesom den havde været af en anden og ringere beskaffenhed og brugbarhed, end køber kunne regne med.

Nævnet fandt derfor tørretumbleren behæftet med en væsentlig mangel. Da en afhjælpning af manglen for sælgers regning ikke kunne ske uden uforholdsmæssige omkostninger for ham, fandt nævnet, at køber ikke kunne kræve dette, men i stedet kunne hæve købet. (J.nr. FKN 89-111-18)

4.1.8.

Bofællesskaber og kollektiver var berettiget til at få udført service på hårde hvidevarer efter FEHA-serviceordningen. Fortolkning af udtrykket »til privat brug«

Forbrugerklagenævnet har i to sager taget stilling til anvendelsesområdet for FEHA-serviceordningen for hårde hvidevarer. I den ene sag havde *9 enlige pensionister, der boede i samme opgang i en ejendom*, i fællesskab indkøbt en vaskemaskine. Den var opstillet i et fællesrum til brug for pensionisternes husholdning. Vaskemaskinen blev indkøbt af én af pensionisterne. Sælger havde på salgsnotaen anført, at der blev ydet 1 års garanti. Ca. 3/4 år efter købet opstod der en fejl, der blev udbedret af leverandørens serviceafdeling. Efterfølgende udstedte serviceafdelingen en faktura, som de 9 pensionister protesterede imod under henvisning til den 1-årige garanti.

Leverandørens serviceafdeling henviste til, at det af FEHA-serviceordningen fremgik, at ordningen alene gælder for store husholdningsapparater, »når disse er købt som fabriksny til privat brug«. På baggrund af servicemontørens oplysning om, at der var tale om en vaskemaskine i et fællesvaskeri, blev der udstedt faktura, idet den udførte service var sket på et produkt, der ikke var anskaffet til privat brug, men til et fællesvaskeri, og derfor måtte betegnes som erhvervsmæssig anvendelse.

Nævnet fandt, at selv om vaskemaskinen var købt til brug i *bofællesskab af enlige*, var der tale om et forbrugerkøb i overensstemmelse med definitionen i købelovens § 4a, og som følge heraf derfor også omfattet af FEHA-ordningen. Denne ordning indebærer bl.a., at leverandøren yder et års funktionsgaranti på vaskemaskinen. Nævnet udtalte, at hvis leverandøren herefter vil kræve vederlag for reparationer i garantiperioden, påhviler det leverandøren at godtgøre, at årsagen til funktionssvigt ikke er omfattet af garantien. Da indklagede under servicebesøget havde udført reparationen uden at tage forbehold om vederlag, og da reparationen i øvrigt var sket ved udskiftning af en pumpe, der ifølge en sagkyndig undersøgelse havde været en unødvendig reparation, fandt nævnet ikke, at leverandøren havde godtgjort, at funktionssvigtet var forårsaget af omstændigheder, der ikke var omfattet af garantien. Nævnet fritog derfor de 9 pensionister for at betale det afkrævede vederlag for reparationen, ligesom nævnet pålagde leverandøren at udføre eventuelle fremtidige reparationer i henhold til FEHA-ordningens regler. (J.nr. FKN 88-110-128)

I den anden sag havde 2 personer i et kollektiv med ca. 1 års mellemrum købt en vaskemaskine hos samme forhandler af hårde hvidevarer. I begge tilfælde blev der ved købet udleveret et 1-års garanticertifikat samt folder med oplysning om FEHA-ordningen. Vaskemaskinerne blev benyttet i et vaskehus af kollektivet, der bestod af

16 familier og 5 enlige, ialt 32 voksne og 22 børn. Godt 1 år efter købet af den ene vaskemaskine opstod der en fejl, som sælgeren reparerede under 1-års-garantien. Ca. en måned efter denne reparation skulle der foretages en ny reparation, som bofællesskabet mente skulle dækkes af FEHA-ordningen. Leverandøren afviste imidlertid at reparere under FEHA-ordningen, idet vaskemaskinen ikke var købt til privat husholdning. Køber protesterede overfor leverandøren og krævede fortsat servicen udført i overensstemmelse med FEHA-ordningen.

Leverandøren gjorde i sagen gældende, at »privat brug« i FEHA-serviceordningen skal forstås således, at maskinen skal være opstillet og anvendt af kun én kernefamilie. Såfremt en maskine derfor benyttes af mere end én familie, er maskinen ikke omfattet af leverandørens 3-års specialgaranti og FEHA-ordningen. Da vaskemaskinen er anskaffet til fællesvaskeri, mente leverandøren, at det var klart, at den ikke var anskaffet til privat brug.

Ved behandlingen i Forbrugerklagenævnet fandt:

3 nævnsmedlemmer, at udtrykket »privat brug« i FEHA-ordningen naturligt måtte forstås som værende det modsatte af erhvervs-mæssig brug. En begrænsning i brugen til alene at gælde private husholdninger kunne uden vanskelighed have fundet udtryk i bestemmelseernes ordlyd, og disse nævnsmedlemmer lagde derefter til grund, at vaskemaskinen havde været brugt privat. Disse nævnsmedlemmer pålagde derfor leverandøren at udføre reparationen under FEHA-ordningen.

2 nævnsmedlemmer fandt imidlertid, at det var åbenbart, at »privat brug« skal fortolkes og forstås som »privat husholdning«, hvorfor vaskemaskinen i denne sag faldt udenfor ordningens anvendelsesområde.

Nævnet traf derefter afgørelse i overensstemmelse med flertallets opfattelse. (J.nr. FKN 89-110-177)

4.1.9.

En aftale indgået af en elev i forretningen er bindende for forretningsindehaveren. Aftalelovens § 10, stk. 2

En forbruger så et brugt TV-apparat, som han gerne ville købe, i en fjernsynsforretning. Fjernsynet var ikke prismærket, men sælgeren oplyste, at prisen var 4.995 kr. Forbrugeren indgik aftale om køb af apparatet, og der blev udfærdiget et bestillingskort, ligesom det blev aftalt, at forbrugeren senere skulle hente og betale apparatet.

Da forbrugeren kom for at afhente apparatet, fik han at vide, at han ikke kunne købe det til den aftalte pris, idet man nu ville kræve 7.995 kr. for apparatet. Man fortalte ham samtidig, at der var sket en fejl, og den indgåede aftale var ugyldig. Forbrugeren indbragte herefter sagen for Forbrugerklagenævnet.

Overfor nævnet afviste sælgeren ikke hændelsesforløbet, men gjorde gældende, at den indgåede aftale var ugyldig, fordi det var en elev, der fejlagtigt havde tilbudt forbrugeren apparatet til en for lav pris.

Forbrugerklagenævnet fandt, at eleven i kraft af sin stilling var i

stand til at binde indehaveren jfr. aftalelovens § 10, stk. 2, og at der ikke var omstændigheder ved aftalens indgåelse, der kunne bevirke, at denne var ugyldig. Forbrugeren var derfor berettiget til at få udleveret TV-apparatet mod betaling af 4.995 kr. (J.nr. FKN 88-133-366)

4.1.10.

Køb af TV finansieret af lån fra finansieringsselskab, formidlet af sælgeren. I den konkrete situation anset for et kreditkøb. Kreditomkostningerne nedsat.

I maj 1988 købte forbrugeren et TV til en pris af 11.000 kr., som blev betalt med et lån fra et finansieringsselskab. *Lånet blev formidlet af sælgeren.*

Finansieringsselskabet oplyste med hensyn til låneproceduren, at man i ca. 1.400 forretninger over hele landet har en brochure stående indeholdende låneansøgninger. *Man har ikke med forretningen nogen aftale om finansiering af forretningernes varesalg.* Låneansøgere kan i forretningen tage en brochure med låneansøgningen. Ansøgeren udfylder låneansøgningen og afleverer denne i forretningen, hvorefter *forretningen indtelefonerer ansøgningen til finansieringsselskabets kundekonsulenter.* Kundekonsulenterne foretager herefter en individuel kreditvurdering. Såfremt lånet kan bevilges, meddeles det til forretningen, der herefter – efter kundens ønske – foretager udbetalingen af lånebeløbet på én af tre måder:

1. Ved udstedelse af bankcheck i forretningen.
2. Ved tilsendelse af bankcheck pr. post.
3. Ved indsættelse på låntagers bankkonto.

For anvendelse af udbetalingsmåde 1 er forretningen forsynet med en fuldmagt fra finansieringsselskabet til udstedelse af check. Forretningen modtager underskrift på låneaftale, der herefter fremsendes til finansieringsselskabets administrationsafdeling. Kreditrisikoen hviler udelukkende på finansieringsselskabet.

Finansieringsselskabet havde ikke indgået specielle aftaler med sælgeren i den foreliggende sag.

Om låneformidlingen forklarede sælgeren følgende:

»Vi formidlede et lån til køb af farve-TV hos os, direkte bevilget og udskrevet ved check til kunden ... af ... (finansieringsselskabet). Lånet blev udbetalt til kunden i form af en check direkte udskrevet til kunden i hans navn. Kunden ønskede at købe et TV hos os og kunne derfor ikke både kræve en check udleveret, samtidig med at få leveret et TV fra os. Dette anerkendte kunden også, idet vi forklarede, at han nu kunne købe TV'et hos os ved at transportere checken til os. Dette anerkendte kunden ved at underskrive med sit navn på bagsiden af checken, som vi fik udleveret.«

Hvis finansieringsordningen var blevet praktiseret som beskrevet af finansieringsselskabet, ville der have været tale om et fritstående lån. Men under henvisning til sælgerens forklaring fandt fire af nævnets fem medlemmer, at forbrugeren i den konkrete situation ikke var blevet stillet frit med hensyn til brug af lånebeløbet, idet han ikke ville have fået checken udleveret, hvis han ikke havde købt TV-apparatet. Disse medlemmer fandt, at der var sket en sådan sammenkædning mellem lånet

og købet, at der forelå et kreditkøb, jfr. kreditkøbslovens § 1, stk. 2, nr. 2.

Da finansieringsselskabet havde givet sælgeren fuldmagt til at udstede checken til forbrugeren, blev finansieringsselskabet bundet af sælgerens dispositioner, som lå inden for fuldmagtens rammer, uagtet at sælgeren havde handlet i strid med finansieringsselskabets instrukser.

Ifølge kreditkøbeloven har sælgeren pligt til at angive kreditomkostningerne som et beløb ved aftalens indgåelse, jfr. § 8, stk. 1, nr. 3, og stk. 2. Da dette ikke var sket, blev kreditomkostningerne nedsat i overensstemmelse med kreditkøbelovens § 38, stk. 1, således at restgælden skulle forrentes med diskontoen + 6%, dvs. 13%. (J.nr. FKN 88-133-323)

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

4.2.1. Bevisbyrden for, at det opkrævede beløb ikke svarer til forbrugte telefonsamtaler påhviler normalt forbrugeren. Det blev ikke anset for godtgjort, at der trods høje samtaledebiteringer var grundlag for at nedsætte regningsbeløbet

En forbruger klagede over, at hendes telefonregning for april kvartal 1988 var påskrevet et for stort samtalebeløb.

Om forbrugerens samtaleforbrug var under sagen oplyst følgende:

april kvartal	1987	2.019,60 kr.
juli	–	2.800,80 kr.
okt.	–	3.157,20 kr.
jan.	1988	2.439,20 kr.
april	–	4.892,80 kr.
juli	–	2.171,60 kr.

Det var under sagen oplyst, at forbrugeren bl.a. havde telefonsamtaler til Færøerne.

Et flertal i Forbrugerklagenævnet på 4 nævnsmedlemmer udtalte følgende:

Forbrugerklagenævnet lægger til grund, at der ikke kan konstateres forhold af teknisk karakter, som kan begrunde mistanke om, at samtaledebiteringen skulle være urigtig. Selv om den regning, der klages over, overstiger de tidligere regningsbeløb, finder Forbrugerklagenævnet ikke, at ændringen i forhold til de tidligere opkrævninger er af en så væsentlig størrelsesorden, at dette forhold, når tillige henses til det om forbrugerens samtaler over lange distancer oplyste, i sig selv kan bestyrke formodning om, at der skulle være fejl ved telefonselskabets måleudstyr.

1 medlem fandt dog, at stigningen i samtaledebiteringen var så væsentlig, at det måtte anses for overvejende sandsynligt, at stigningen skyldtes fejl hos telefonselskabet. (J.nr. FKN 88-54-52)

4.2.2. I forbindelse med flytning indgik ejeren af et virksomheds-telefonnummer en særaftale med telefonselskabet om at re-

servere det eksisterende telefonnummer med henblik på senere genoprettelse på ny adresse. Forbrugeren fik erstatning, da telefonselskabet ensidigt uden opsigelse af særaftalen havde givet det reservede telefonnummer til en anden abonnent

En ejendomsformidler solgte i december 1986 den ejendom, hvori han havde sin virksomhed, og virksomheden skulle senere indrettes i en bygning, der skulle opføres. Ejendomsformidleren rettede henvendelse til telefonselskabet for at aftale, at han kunne bibeholde det eksisterende virksomhedstelefonnummer. Selskabets kredskontor oplyste, at han enten kunne bestille nedtagning til senere genopsætning, eller bestille afmelding af abonnementet med genbestilling af nummeret. Han bestilte herefter nedtagning af telefonen til senere genoprettelse, og der blev udstedt en ordrebekræftelse fra telefonselskabet. Ejendomsformidleren iværksatte derefter et byggeri og forventede at indrette sit kontor i 1989. I december 1988 opdagede han imidlertid, at en nyåbnet virksomhed havde fået tildelt det til ham reservede nummer. Han rettede henvendelse til telefonselskabet og krævede fortsat at kunne beholde det reservede nummer. Telefonselskabet afviste dette og oplyste, af aftalen måtte anses for forældet. Ejendomsformidleren fastholdt imidlertid kravet overfor telefonselskabet om at få nummeret eller, hvis dette ikke kunne lade sig gøre at få erstatning til dækning af omkostninger i forbindelse med information om det nye telefonnummer. På baggrund af tilbud fra trykkerier og lokalblade opgjorde han et erstatningskrav på enten godt 62.000 kr. eller godt 121.000 kr. afhængig af, hvor omfattende informationen til hans kundekreds og forretningsforbindelser skulle være.

Telefonselskabet oplyste, at aftalen med ejendomsformidleren var en service udover den normale forretningsgang, idet han normalt skulle have betalt abonnementsafgift i den tid, hvor telefonnummeret blev holdt reserveret. Telefonselskabet erkendte dog, at han ikke ved reservationen havde fået oplysning om, hvor længe nummeret kunne holdes reserveret; men havde han oplyst, at der kunne gå 2 år eller mere, førend genoprettelsen skulle ske, ville telefonselskabet ikke have accepteret særaftalen. Telefonselskabet fastholdt, at det havde været berettiget til at tildele det reservede nummer til en anden abonnent, når ejendomsformidleren ikke i 2 år havde udnyttet reservationen. Telefonselskabet afviste under henvisning til de almindelige vilkår for telefonabonnement erstatningsansvar.

Nævnet lagde på baggrund af ordrebekræftelsen til grund, at der mellem parterne var indgået en aftale om senere genoprettelse af nummeret på ny adresse, således at arbejdet skulle ske efter en nærmere besked fra ejendomsformidleren. Uanset om den indgåede aftale ikke skulle være i overensstemmelse med telefonselskabets sædvanlige vilkår, var selskabet ikke berettiget til ensidigt og uden at informere ejendomsformidleren at ophæve aftalen. Nævnet fandt, at selskabet ved den anvendte fremgangsmåde havde pådraget sig et erstatningsansvar for det tab, som ejendomsformid-

leren havde lidt ved at handle i tillid til, at han fortsat kunne benytte sit gamle telefonnummer. Nævnet fastsatte skønsmæssigt erstatningens størrelse til 5.000 kr., idet nævnet ikke fandt, at der var fremlagt materiale, der godtgjorde eller blot sandsynliggjorde det påståede tab. (J.nr. FKN 88-54-68)

4.3. **Tekstiler (beklædnings- og boligtekstiler). Skind**

4.3.1. **Indleveringsstedet kunne ikke gøres ansvarlig for skader forvoldt af engrosrenseriet**

En aftalt renses/vaskebehandling foretages ikke altid af den erhvervsdrivende, som forbrugeren har indleveret tøjet til. Ofte sendes varen videre til behandling et andet sted, enten fordi den erhvervsdrivende kun fungerer som indleveringssted for et vaskeri/renseri, eller fordi tøjet skal have speciel behandling. Det er som altovervejende hovedregel Forbrugerklagenævnets praksis, at den erhvervsdrivende, der har modtaget tøjet og indgået aftalen med forbrugeren, hæfter for mangler ved behandlingen, uanset, at han ikke selv har foretaget den. Det forhold, at indleveringsstedet overlader udførelsen til en selvstændig trediemand, typisk et engrosrenseri, begrænser ikke indleveringsstedets ansvar. Forbrugerklagenævnet har således pålagt en Brugs, en stofforretning og en tøjforretning, der alle var indleveringssted for renserier, ansvar for fejl begået på renseriet. Endvidere vil det ofte kunne pålægges renseriet et solidarisk ansvar.

Forbrugerklagenævnet har dog truffet afgørelse i to sager, der viser, at denne hovedregel ikke altid følges. Det drejer sig om afgørelser i to sager, hvor rensesetøjet var indleveret gennem henholdsvis en *døgnkiosk* og en *blomsterforretning*.

I begge sager fandt nævnet efter en besigtigelse af effekterne, at de konstaterede skader måtte tilskrives en uhensigtsmæssig rensesbehandling. I begge sager fandt Forbrugerklagenævnet imidlertid, at *indleveringsstedet ikke skulle hæfte for skaden*.

I den ene sag lagde nævnet vægt på, at der havde været *telefonisk og skriftlig kontakt mellem klageren og renseriet*. Under disse omstændigheder fandt nævnet ikke, at der kunne pålægges indleveringsstedet ansvar.

I den anden sag fandt nævnet, at man *ikke* på grundlag af de foreliggende oplysninger *kunne afgøre, om indleveringsstedet havde optrådt som selvstændig kontrahent eller blot som fuldmægtig for renseriet*. Nævnet fandt derfor i denne sag *ikke fornødent bevis* for at pålægge indleveringsstedet ansvar. I begge sager fandtes renseriet ansvarlig. (J.nr. FKN 88-202-236 og FKN 88-209-402)

4.3.2. **Solidarisk hæftelse for brudekjole, der blev vasket i strid med aftalen, men i overensstemmelse med behandlingsanvisningen**

En hvid, blank brudekjole med perlebroderi på bælte og skuldre til 4.200 kr., der var almindeligt snavset, blev indleveret til rensning.

Af den isyede behandlingsanvisning fremgik det, at kjolen kunne vaskes ved 30°, at den ikke måtte klorbleges, kun måtte stryges ved laveste varme og P-rences. I behandlingsanvisningen var der følgende oplysninger: »Perlen und glasstein nicht reinigungsbeständig«.

Da forbrugeren afhentede kjolen opdagede hun, at kjolen havde mistet sin glans, og nederdelen var blevet kortere. Forbrugeren reklamerede til såvel renseriet som sælgeren af kjolen. Renseriet fandt, at kjolen måtte være behæftet med en mangel, og sælgeren oplyste, at han havde set flere af disse kjoler rensset med et godt resultat.

Rensseriet oplyste, at man for at få kjolen så hvid som mulig ikke havde rensset den, men vasket den på 30° i en industrimaskine uden centrifugering.

Rensseriet henviste til den isyede behandlingsanvisning og fandt, at sælgeren ikke burde have mærket kjolen med, at den kunne tåle vask, når stoffet krympede i vask.

Sagen blev forelagt for Forbrugerklagenævnet, der fandt, at kjolen var behæftet med en mangel, når den ikke kunne vedligeholdes i overensstemmelse med behandlingsanvisningen, der foreskrev såvel rens som vask. Da brudekjolen havde været anvendt ved brylluppet fandt nævnet ikke, at manglen var så væsentlig, at forbrugeren var berettiget til at hæve købet, men til et forholdsmæssigt afslag på 2.000 kr.

Nævnet lagde endvidere til grund, at forbrugeren havde aftalt rensning af kjolen og ikke givet tilladelse til vask. Da kjolen således var behandlet i strid med den indgåede aftale, måtte forbrugeren kunne kræve sit tab erstattet hos renseriet, der i forhold til forbrugeren ligesom sælgeren måtte hæfte for skaden. (J.nr. FKN 89-202-289)

4.3.3. **Køb af gardiner fra en gardinbus var omfattet af lov om visse forbrugeraftaler**

En gardinsælger havde indrykket en annonce, der bl.a. indeholdt følgende tekst:

»Ring blot, så er NN på vej med NN's gardinbus.

Har De ikke tid eller mulighed for at aflægge forretningen et besøg, eller ønsker De at se alle gardinerne i Deres hjem, så ring blot på telefon xx xxxxxx og få en aftale om et helt uforpligtende besøg af NN og gardinbussen.

Han er fagmand til fingerspidserne og giver Dem 100% vejledning, der gør det lettere for Dem at træffe det rigtige valg.

Han tager selvfølgelig gratis mål og giver Dem gerne et tilbud, der er uden forbindende for Dem.

Ring blot – så kommer fagmanden

Omgående!»

På baggrund af annoncen bad en forbruger gardinsælgeren komme til stede i sit hjem, hvor der blev indgået en aftale om køb af

gardiner for godt og vel 7.000 kr. Gardinsælgeren gav ikke – sandsynligvis på grund af ukendskab til reglerne – forbrugeren nogen oplysning om fortrydelsesretten efter lov om visse forbrugeraftaler.

På baggrund af annonceringen fandt Forbrugerklagenævnet det ubetænkeligt at lægge til grund, at aftalen var indgået efter en telefonisk henvendelse til sælgeren, således som sælgeren netop opfordrede til i annoncen.

Parternes aftale var derfor ikke bindende for forbrugeren, jfr. lov om visse forbrugeraftaler §§ 7 og 5. (J.nr. FKN 89-221-93)

4.3.4. Prisoverslag var bindende for forretningen til trods for, at arbejdsopgaven viste sig mere omfattende

En forbruger havde under januar-udsalget købt en skindfrakke for knap 2.000 kr. Efter nogen tid opdagede forbrugeren, at der var en fejl ved jakkens for, og da hun samtidig ønskede foret udskiftet med en anden kvalitet, henvendte hun sig til sælgeren for at høre om prisen på arbejdet og fik oplyst, at prisen ville være 3-400 kr.

Da arbejdet var færdigt lød kravet imidlertid på 735 kr.

Ved sagens behandling ved Forbrugerklagenævnet oplyste sælgeren, at han havde givet et overslag på »ca. 400-500 kr.«.

Sælgeren påberåbte sig, at arbejdet havde været mere omfattende end forudsigeligt, og at det opgivne beløb i øvrigt var ekskl. moms.

Forbrugerklagenævnet lagde til grund, at sælger havde afgivet et overslag på »ca. 400-500 kr.«. Nævnet fandt, at forbrugeren i overensstemmelse med princippet i prismærkningslovens § 1 var berettiget til at gå ud fra, at merværdiafgiften var indregnet i det afgivne overslag.

Da det vil savne mening af afgive et overslag, medmindre forbrugeren i rimeligt omfang kan støtte ret herpå, fandt nævnet, at den endelige pris for arbejdet ikke kan overstige et beløb, der ligger indenfor rimelige grænser af intervallet ca. 400-500 kr. Nævnet fandt herefter, at prisen for arbejdet burde fastsættes til 550 kr.

Nævnet bemærkede i øvrigt, at man ikke kunne tillægge det betydning, at arbejdet blev mere omfattende end først antaget, idet indklagede i stedet for at afgive et overslag, kunne have valgt at lade reparationsgenstanden undersøge og herefter afgive et tilbud på arbejdet. (J.nr. FKN 89-269-32)

4.3.5. Bevisbyrden for, at et køb havde fundet sted hos indklagede, var løftet ved, at forbrugeren kunne forevise kopi af check og fremvise øvrige varer købt i forretningen, også selv om checken lød på et væsentligt højere beløb end prisen på den vare, sagen drejede sig om

En forbruger havde købt et bælte for 685 kr. Da bæltet, der var mørkeblåt, smittede af på klagerens tøj, krævede hun erstatning af sælgeren. Under sagens behandling ved Forbrugerklagenævnet gjorde sælgeren gældende, at bæltet ikke var købt hos ham. Forbrugeren kunne ikke fremvise nogen kvittering for køb ved kassebon eller lignende, men kun en fotokopi, der viste, at hun havde ud-

stedt en check på 5.000 kr. til indklagede. Forbrugeren oplyste, at hun foruden læderbæltet også havde købt en mørkeblå dragt og en skjorte. Disse varer blev fremvist i sekretariatet og var mærket med sælgerens forretningsmærker. Det blev af forbrugeren sandsynliggjort, at de fremviste varer og bæltets pris udgjorde checkens pålydende.

På denne baggrund fandt Forbrugerklagenævnet det tilstrækkeligt sandsynliggjort, at også bæltet var købt hos sælgeren. Forretningen blev herefter pålagt at betale erstatning. (J.nr. FKN 88-269-21)

4.3.6. **Bevisvurdering. Oplysning om at en brudekjole kunne blive ren efter rensning. Erstatningsansvar. Købet hævet**

En forbruger havde gennem Den Blå Avis for 3.050 kr. købt en brudekjole, brugt som kollektionsmodel. Hun hævdede, at hun havde betinget sig, at kjolen efter rensning ville blive helt ren og hvid. Dette garanterede sælger, hvis forbrugeren benyttede et bestemt renseri. Forbrugeren hævdede endvidere, at hun havde fået oplyst, at hun kunne få sine penge tilbage, hvis hun ikke var tilfreds med rensningen.

Det viste sig, at kjolen ikke kunne blive ren ved rensning.

Sælger oplyste, at han drev en agenturvirksomhed, der undertiden afhænder kollektionsprøver efter annoncering i Den Blå Avis. Han hævdede, at brudekjolen ikke havde været til salg og derfor var blevet opbevaret i et kontorlokale, der blev anvendt som prøverum. Kunden havde fået at vide, at kjolen ikke var til salg, fordi den var snavset og revnet m.v. Forbrugeren insisterede imidlertid på at købe kjolen på trods af de påviste mangler. Sælger afviste at have lovet at give pengene tilbage, såfremt kjolen ikke kunne blive ren.

Forbrugerklagenævnet besigtigede brudekjolen og konstaterede, at den efter rensning fremtrådte grålig og nusset.

Uanset de modstridende oplysninger lagde nævnet til grund, at sælgeren ved købet havde oplyst, at kjolen ville kunne blive ren ved rensning. Da dette havde vist sig ikke at holde stik, var køberen berettiget til at hæve købet. Nævnet fandt endvidere, at sælgeren havde pådraget sig erstatningsansvar for det tab, som køberen havde lidt gennem forgæves betaling af rensevederlag. (J.nr. FKN 89-202-295)

4.3.7. **»Gratis« pålægning af gulvtæpper**

En erhvervsdrivende annoncerede med gratis pålægning af vægtil-væg gulvtæpper. Annoncerne indeholdt tillige en prisgaranti, hvorefter den erhvervsdrivende betalte prisdifferencen, hvis en køber kunne finde tæpper i samme kvalitet til lavere pris.

Under henvisning til annonceringen indbragte en køber en sag for Forbrugerstyrelsen.

Køberen havde i en anden forretning fundet et tilsvarende gulvtæppe, hvis pris pr. kvadratmeter var 20 kr. lavere end prisen for det gulvtæppe, der var købt hos annoncøren. Den anden forretning

beregne sig dog 14 kr. pr. kvadratmeter for pålægningen.

Da køberen ville udnytte prisgarantien, tilbagebetalte annoncøren kun 6 kr. pr. kvadratmeter, idet man ved beregningen af prisdifferencen indregnede den anden forretnings vederlag for pålægning. Annoncøren ville ikke høre på køberens indvendinger om, at pålægningen af hans tæppe »jo var gratis« ifølge annoncen.

Spørgsmålet blev forelagt for Forbrugerklagenævnet, ligesom man tog den op til behandling efter markedsføringslovens bestemmelser.

Forbrugerklagenævnet fandt, at når sælger annoncerede med gratis pålægning, havde køberen en berettiget forventning om, at prisen for tæppet ikke indeholdt vederlag for pålægningen. Nævnet gav derfor køberen medhold i, at sælgeren i henhold til prisgarantien skulle godtgøre yderligere 14 kr. pr. kvadratmeter. (J.nr. FKN 89-220-338)

4.3.8. **Fejlmærkning med for lav pris kunne ikke gøres gældende over for forretningen. Aftalelovens § 39, 2. pkt.**

En forbruger fandt i en forretning en par cowboybukser, der var prismærket med prisen 299 kr. Hun besluttede sig til at købe bukserne og henvendte sig til disken, hvor hun fik at vide, at der var sket en fejl, idet den rigtige pris for bukserne var 469 kr. Klageren gav udtryk for, at det måtte være forretningen, der hæftede for denne fejl, men fik at vide, at det var ikke korrekt, hvorefter hun blev usikker og betalte det fulde beløb på 469 kr.

Efter at have fået sin opfattelse bekræftet af andre henvendte forbrugeren sig igen i forretningen for at få prisdifferencen udbetalt, men blev afvist, hvorefter hun indbragte sagen for Forbrugerklagenævnet.

Under sagsbehandlingen ved nævnet oplyste sælgeren, at den vejledende udsalgspris for bukserne var 469 kr., men at bukserne udover dette prismærke også var påklisset en etiket med prisen 299 kr. Denne etiket stammede formodentlig fra en anden vare, hvor prismærket var påklæbet direkte på tekstil og derfor kunne falde af eller fjernes. Man tilbød samtidig, at køberen kunne få købet ophævet, hvilket hun imidlertid ikke var interesseret i.

Forbrugerklagenævnet lagde til grund for afgørelsen, at buksernes pris var 469 kr., men at de ved en fejl var mærket med prisen 299 kr. Nævnet fastslog herefter, at prismærkning af en vare er et tilbud, der *som udgangspunkt er bindende for forretningen, men at betingelsen herfor dog må være, at fejlmærkningen med sikkerhed kan henføres til forretningens personale*. Nævnet fandt i den konkrete klagesag, hvor kunderne i vidt omfang betjener sig selv, og hvor der er mulighed for at prisskilte kan fjernes eller forbyttes af andre end forretningens personale, at det ikke med sikkerhed kunne fastslås, at det var forretningen, der havde begået en fejl. Under henvisning til det, og til at fejlen blev korrigeret umiddelbart ved forbrugers henvendelse, fandt nævnet, at sælger ikke var forpligtet til at sælge bukserne til den lave pris, jfr. aftalelovens § 39, 2. pkt. (J.nr. 2.kt. FKN 88-200-271)

4.3.9. **Prisstigning på garn, der var lagt til side. Klageren havde krav på at købe garnet til den oprindeligt aftalte pris**

En forbruger henvendte sig i en garnforretning for at købe materialer til et broderi.

Køberen fik udleveret en del af det garn, der skulle anvendes, og betalte herfor. Det aftaltes, at *resten af garnet skulle lægges i depot* til senere afhentning og betaling, efterhånden som hun skulle bruge det. Den følgende måned afhentede og betalte hun flere bundter af garnet fra depotet. Da hun tredje gang ville hente garn, viste det sig, at *prisen nu var sat op*. I forretningen henviste man til, at leverandørens priser var steget.

Forbrugerklagenævnet lagde ved afgørelsen til grund, at sælgeren *ikke havde taget forbehold for eventuelle prisstigninger* ved aftalens indgåelse.

Nævnet fandt derfor, at forbrugeren havde været berettiget til at forvente, at det resterende garn kunne købes til den pris, der var gældende, da hun købte det første garn.

Køberen, der i mellemtiden havde afhentet det sidste garn, kunne således kræve prisdifferencen tilbagebetalt. (J.nr. FKN 89-209-419)

4.3.10. **Krav om betaling for indhentning af tilbud/måltagning**

En forbruger krævede sig fritaget for betaling af et beløb på 732 kr., som et indretningsfirma krævede i vederlag for måltagning i forbindelse med afgivelse af et tilbud på ombetrækning af nogle sofaer og syning af nogle gardiner, der ikke blev accepteret af forbrugeren. Ifølge forbrugerens forklaring blev der ikke i forbindelse med indhentningen af tilbuddet truffet aftale om betaling for udarbejdelse af tilbud eller for måltagning.

Den erhvervsdrivende anførte, at betaling for opmåling er en normal procedure, idet man har en aftale med en selvstændig tapetserermester, og at man ved bestillingen opgav en pris på 600 kr. excl. moms for måltagning.

Nævnet henviste til betænkning nr. 1133/88 om forbrugertjenester, hvorefter der efter gældende ret i almindelighed ikke vil kunne forlanges betaling for det arbejde, som medgår til udarbejdelse af tilbud eller prisoverslag, mens der omvendt normalt kan kræves betaling for et forberedende arbejde af projekterings- og udformningsmæssig art.

Nævnet lagde herefter til grund, at en erhvervsdrivende ikke vil kunne forlange betaling for udarbejdelse af et prisoverslag på ombetrækning af sofa og syning af gardiner, med mindre andet var aftalt mellem parterne. Nævnet fandt ikke, at indretningsfirmaet mod forbrugerens benægtelse havde godtgjort, at hun måtte påregne at skulle betale for udarbejdelsen af prisoverslaget. Indretningsfirmaet var derfor ikke berettiget til at kræve betaling herfor. (J.nr. FKN 89-238-33)

4.3.11. **Værtinde ved homepartysalg hæftede ikke for de tilstedeværende gæsters køb**

En forbruger var d. 20. april 1988 værtinde ved et homeparty, hvor en af den erhvervsdrivendes folk solgte og demonstrerede diverse beklædningsgenstande. Værtinden bestilte og betalte samme aften varer til sig selv for et beløb på ca. 1.000 kr. Nogle af varerne blev udleveret straks, og resten skulle eftersendes.

En af de øvrige gæster ved homepartyet, der havde købt tøj og straks fået det udleveret, men som endnu ikke havde erlagt købesummen, fortrød senere sit køb og afleverede derfor tøjet til værtinden, således at hun kunne returnere dette til den erhvervsdrivende.

Kort tid efter blev værtinden kontaktet af den erhvervsdrivende, der oplyste, dels ikke at kunne anerkende fortrydelsesretten, idet det returnerede tøj havde været anvendt og dels betingede sig, at værtinden betalte den anden kundes restgæld for at kunne få udleveret de resterende varer, som endnu ikke var modtaget.

Værtinden anførte, at hun ikke kendte noget til, at firmaets forretningsbetingelser indebar, at en værtinde ved et homeparty hæftede for alle gæsternes køb.

Den erhvervsdrivende oplyste overfor Forbrugerstyrelsen, at værtinden havde været indforstået med, at hun som værtinde hæftede for de øvrige gæsters køb, således, at såfremt de havde fået udleveret varer, men endnu ikke betalt for disse, indestod hun for betalingen af købesummen.

Nævnet fandt ikke, at firmaet kunne sandsynliggøre sin påstand om, at forbrugeren i sin egenskab af værtinde ved det afholdte homeparty hæftede for alle de tilstedeværende gæsters køb.

På denne baggrund fandt nævnet, at værtinden var berettiget til at få tilbagebetalt den del af købesummen, der vedrørte de ikke-leverede varer. (J.nr. FKN 88-209-400)

4.3.12. Ompolstring af en sofa. Det leverede stof havde en anden nuance end den stofprøve, der blev forevist ved bestillingen.

En klager reklamerede i forbindelse med ombetrækning af en sofa over, at det påsatte stof ikke havde samme farvenuance som den stofprøve, der blev forevist ved bestillingen.

Indklagede gjorde gældende, at det leverede stof svarede til det bestilte stofnummer. Han medgav dog, at der var en synlig nuanceforskell, som skyldes forskelle i indfarvningen, men mente ikke, at han kunne drages til ansvar for en indfarvningsforskell mellem prøvebogen og det leverede stof.

Forbrugerklagenævnets sagkyndige konstaterede efter en besigtigelse af sofaen, at det påsatte betræk fremtrådte i en mere grågrøn nuance end stofprøven, som virkede mere »ren« grå. Ifølge den sagkyndige var farveforskellen noget større, end hvad der var rimeligt og forventeligt.

Nævnet fandt herefter, at selv om sofaen var betrukket med stof med det farvenummer, som klageren havde bestilt, var farveforskellen større, end klageren med rette kunne forvente, når indklagede hverken ved aftalens indgåelse, eller da han fik stoffet hjem oplyste klageren om, at der kunne forekomme større eller mindre farveforskelle fra den ene stofrulle til den anden. Under hensyn til

manglens karakter samt de betydelige omkostninger, der ville være forbundet med en ombetrækning, fandtes klageren ikke at være berettiget til at kræve ombetrækning af sofaen. Klageren var derimod berettiget til et afslag i prisen (J.nr. FKN 88-238-26)

4.3.13. Sweater af uld, købt i en sportsforretning til skiløb, skal være egnet til sportsbrug

En forbruger henvendte sig i en sportsforretning for at købe en ulden sweater, der skulle anvendes til skiløb. Under brugen blev sweateren gennemblødt af sved og krympede på ærmerne, ligesom den også filtrede under ærmerne og efter vask skrympede ind til ca. halv størrelse.

Sælgeren afviste klagen, idet han mente, at sweateren var blevet vasket i for varmt vand.

Forbrugerklagenævnet besigtigede med sagkyndig bistand den strikkede sweater og konstaterede en lokal filtningskrympning, som måtte antages at være fremkaldt ved mekanisk påvirkning af gennemsvedte områder. Nævnet konstaterede, at sweateren ikke var strikket i krympesikkert uld, og derfor ikke var egnet til sportsbrug.

Da sweateren var købt i en sportsforretning, og det ved købet var oplyst, at den skulle bruges til skiløb, fandt nævnet, at den ikke havde de egenskaber, som forbrugeren med rette kunne forvente. Forbrugeren havde derefter krav på tilbagebetaling af købesummen. (J.nr. FKN 89-201-292)

4.4. Fodtøj

Ingen sager af interesse.

4.5. Møbler

4.5.1. Forbrugeren kunne ikke dokumentere, at der var reklameret over mangler inden rimelig tid efter, at hun var blevet opmærksom på disse

En forbruger købte d. 24. juni 1987 to skabe til en pris af 2.600 kr. Købesummen blev ikke betalt.

D. 5. juli 1987 opdagede forbrugeren mangler ved skabene og reklamerede fire gange til den erhvervsdrivende over dette forhold.

Forbrugerstyrelsen fik oversendt klagen fra retten i medfør af retsplejelovens § 361, og den erhvervsdrivende oplyste, at forbrugeren på intet tidspunkt havde reklameret, ligesom forbrugeren heller ikke havde reageret på fremsendte betalingspåmindelser.

Forbrugerstyrelsens sagkyndige konstaterede visse mindre defekter ved skabene og på denne baggrund foreslog Forbrugerstyrelsen et forlig, som blev accepteret af den erhvervsdrivende, men ikke af forbrugeren.

Nævnet fandt det ikke godtgjort, at forbrugeren, der ifølge den erhvervsdrivende første gang havde reklameret ved indsendelsen af klageformularen modtaget i Forbrugerstyrelsen d. 11. juli 1988,

havde reklameret til den erhvervsdrivende inden rimelig tid, efter at hun blev opmærksom på fejlen ved skabene.

På denne baggrund fik forbrugeren ikke medhold. (J.nr. FKN 88-233-49)

4.5.2. Ombytning af sofahynder på grund af mangler. Inden ombytningen blev hynderne ødelagt af mus. Ødelæggelsen var en hændelig begivenhed. Købelovens § 57 og § 58.

I oktober 1988 købte en forbruger en sofa med hynder. Ved leveringen konstateredes at hynderne var meget falmede og snavsede. Sælgeren lovede at ombytte hynderne. Da der ville gå et stykke tid, inden nye kunne leveres, foreslog sælgeren, at de falmede hynder blev brugt, indtil ombytning kunne ske. Møblerne opbevarede i køberens sommerhus, hvilket sælgeren vidste. Da de nye hynder kom, viste det sig, at der havde været mus i de oprindeligt leverede hynder.

Sælger mente, at køber skulle betale den fulde pris for de ødelagte hynder. Køberen mente ikke, at han skulle betale.

Efter princippet i købelovens § 57, stk. 1, er det som udgangspunkt en betingelse for at kræve omlevering, at det leverede kan tilbageleveres sælgeren i væsentlig samme stand, som det var i ved leveringen.

Som en undtagelse til reglen i købelovens § 57, stk. 1, kan der – uanset at det leverede ikke kan tilbageleveres i væsentlig samme stand – alligevel kræves omlevering efter princippet i købelovens § 58, såfremt ødelæggelsen skyldes en hændelig begivenhed.

Nævnet fandt, at ødelæggelsen af hynderne ved museangreb, medens hynderne blev opbevaret i køberens sommerhus, måtte karakteriseres som en hændelig begivenhed. Risikoen for ødelæggelsen måtte derfor efter nævnets opfattelse påhvile sælgeren, således at køber kunne kræve vederlagsfri omlevering, uanset at de falmede hynder kun kunne tilbageleveres i beskadiget stand. (J.nr. FKN 89-231-380)

4.5.3. Returret på vandsenge omfattede ikke lagen og rulle madraser. Returneringsgebyr kunne ikke kræves

En forbruger købte en vandseng i oktober 1988. I forbindelse med købsaftalen blev der aftalt en returret, i første omgang på 60 dage. Aftalen blev udtrykkeligt påført fakturaen på foranledning af forbrugeren. Returretten blev senere mundtligt forlænget yderligere 30 dage.

I januar måned 1989 ønskede forbrugeren at benytte sig af returretten. Sælgeren hævdede da, at returretten ikke omfattede rulle madraser og lagen. Desuden krævede han et returgebyr på 500 kr., medmindre der købtes varer for tilgodehavendet.

Nævnet fandt, at indklagede ikke kunne kræve et returneringsgebyr, da aftalen om returret ikke indeholdt noget forbehold herom. Derimod fandt nævnet, at klageren burde kunne indse, at returretten af hygiejniske grunde ikke omfattede lagen og rullema-

dras, som klageren fortsat ville kunne bruge på anden vis. (J.nr. FKN 89-234-106)

4.5.4. Garantien på vandmadras kunne gøres gældende, selv om identifikationsmærket var fjernet

En forbruger købte i 1985 en vandseng med 5 års garanti. I begyndelsen af 1989 opdagede forbrugeren, at madrassen var utæt i svejsningen ved påfyldningstutten. Sælgeren bestred ikke køberens mangelindsigelse, men ville imidlertid ikke udlevere en ny vandmadras, da flappen, der identificerer madrassen, var klippet af. Forbrugeren oplyste, at dette var sket, fordi hans hundehvalp på et tidspunkt var meget interesseret i flappen, selv om madrassen blev dækket til med en rullemadras og frottelagen. For at undgå, at hvalpen skulle ødelægge madrassen, blev flappen fjernet.

Forbrugeren havde faktura og garantibevis med nummer. Det fremgik ikke af garantibevis, vejledningen eller på anden måde, at flappen ikke måtte fjernes, herunder at en eventuel bortfjernelse ville betyde garantiens bortfald.

På denne baggrund fandt nævnet, at sælgeren burde bytte vandmadrassen i overensstemmelse med den ydede garanti. (J.nr. FKN 89-234-108)

4.5.5. Marmorbordplade savnede en væsentlig brugsegenskab, da den ikke kunne tåle det tryk, der udøves, når man støtter sig til pladen. Ombytning

En forbruger købte d. 22. oktober 1987 et marmorsofabord til 1.998 kr. kontant.

D. 10. marts 1988 knækkede bordpladen midt over, da forbrugeren støttede sig til denne, idet han rejste sig fra en stol.

Den erhvervsdrivende afviste forbrugers reklamation under henvisning til, at marmorplader ikke kan holde til tryk af nogen art, samt at dette blev oplyst ved salg af marmorplader i forretningen.

Forbrugeren har bestridt, at der i forbindelse med købet er givet oplysninger om, at marmor ikke tåler tryk af nogen art.

Nævnets sagkyndige konstaterede, dels at kombinationen af marmortypen og det underliggende stel med fire understøtningspunkter var uhensigtsmæssig og dels, at en almindelig forbruger ikke kan forventes at have kendskab til brudstyrker i de forskellige stentyper.

Nævnet fandt på baggrund heraf ikke, at det er almindelig kendt for forbrugere, at man ikke kan støtte sig til en marmorbordplade. Da sælger ikke kunne godtgøre, at der var givet tilstrækkelig information om dette forhold i forbindelse med købet, fandt man, at bordet savnede en væsentlig brugsegenskab, og at køber som følge heraf var berettiget til vederlagsfri omlevering af marmorpladen. (J.nr. FKN 88-232-40)

4.5.6. Perioden mellem levering og omlevering ikke lang nok til at statuere forsinkelse med leverancen. Misligholdelse fra den erhvervsdrivendes side indebar dog ophævelse af købet med fradrag for brug

En forbruger bestilte d. 21. marts 1988 et café-bord med marmorplade og to stole til en samlet købesum af 1.392 kr. Hun betalte 500 kr. à conto. D. 11. april leverede den erhvervsdrivende møblerne, og forbrugeren reklamerede straks over, at bordet ikke var i overensstemmelse med det aftalte. Ved samme lejlighed forespurgte forbrugeren, om det var muligt at ophæve købet, da hun ikke ønskede at vente længere. Den erhvervsdrivende afviste ophævelse af købet og lovede levering hurtigst muligt i løbet af ca. 3 uger – i mellemtiden beholdt forbrugeren det fejlleverede bord.

Da varen var hjemkommet, forsøgte den erhvervsdrivende mange gange telefonisk at kontakte forbrugeren, og endelig d. 27. maj 1988 afsendte han skriftlig meddelelse til forbrugeren med opfordring til at rette henvendelse med henblik på levering. Forbrugeren reagerede hverken på henvendelsen eller på skrivelse af 26. august samme år, hvori man truede med at sende restfordringen til inkasso.

Den erhvervsdrivende mistede d. 20. september 1988 tålmodigheden og henvendte sig personligt hos forbrugeren for at få udbetalt restfordringen på 892 kr. Da forbrugeren ikke ønskede at betale restfordringen, fjernede den erhvervsdrivende de to stole og det fejlleverede bord.

Nævnet fandt på baggrund af oplysningerne om tidsperioden fra leveringen til den erhvervsdrivendes meddelelse om, at varen var klar til omlevering, *ikke, at der kunne statueres forsinkelse med leverancen*, og forbrugeren var derfor ikke berettiget til at nægte modtagelse heraf.

Nævnet fandt imidlertid, at *det forhold, at den erhvervsdrivende afhentede møblerne på forbrugers bopæl* d. 20. september 1988 indebar en misligholdelse fra den erhvervsdrivendes side, der berettigede forbrugeren til at ophæve købet. Forbrugeren havde krav på at få tilbagebetalt det erlagte beløb på 500 kr, dog med et fradrag for den brug, der havde været gjort af møblerne, med ialt 200 kr. (J.nr. FKN 88-232-51)

4.5.7. Sofaer med mangler. Klageren ønskede ikke at acceptere Forbrugerklagenævnets forligsforslag om, at sælgeren foretog afhjælpning som anvist af nævnets sagkyndige. Klageren kunne herefter ikke hæve købet. Købelovens § 79

En forbruger henvendte sig til Forbrugerklagenævnet vedrørende en 2-personers og en 3-personers læder/skai-sofa, der havde kostet ca. 11.000 kr. Der blev klaget over, at syningerne gik op, hvorved skaien blev skåret i stykker. Fejlen skyldtes at sømmene ikke var konstrueret rigtigt.

Sælgeren oplyste, at han havde tilbudt køberen, at møblerne blev afhentet med henblik på gratis udbedring af manglerne. Køberen havde afslået tilbudet. Køberen begrundede dette med, at han selv var uddannet skindskrædder, og ikke mente, at det var muligt at foretage en tilfredsstillende afhjælpning af møblerne.

Forbrugerklagenævnets sagkyndige oplyste, at der var sket

sprængninger af syninger på begge sofaer. Sofapuderne havde endvidere tabt i højde og hårdhed. Den sagkyndige mente, at manglerne ved sofaerne kunne udbedres for ca. 4.000 kr.

Forbrugerklagenævnet fandt efter den sagkyndiges oplysninger, at en afhjælpning kunne foretages. Som en forligsmæssig løsning foreslog nævnet, at der burde gives sælgeren mulighed for vederlagsfrit at foretage udbedring af de 2 sofaer efter den sagkyndiges anvisninger, dog således at transportomkostningerne nu skulle betales af køberen.

Køberen ønskede imidlertid ikke at tiltræde denne forligsmæssige løsning. Han ønskede købet hævet.

Sagen blev på ny forelagt Forbrugerklagenævnet. Da køberen stadig afviste afhjælpning, var han afskåret fra at gøre mangelsbeføjelser i øvrigt gældende. Køberen fik således ikke medhold. (J.nr. FKN 88-231-307)

4.6. **Cykler, knallerter, sports- og fritidsudstyr**

4.6.1. **Køb af knallert. Uklar annonce. Accept af pris. Ikke krav på at få udbetalt rabat**

Med overskriften »Fødselsdagssalg. 16 år i Hirtshals« reklamerede en cykelforretning med specielle fødselsdagspriser og rabatter på visse varer.

En forbruger henvendte sig i forretningen for at købe en Yamaha FSI knallert og krævede en rabat på 10% under henvisning til annoncen. Sælgeren oplyste imidlertid, at der ikke var rabat på Yamaha og tilbød at sælge knallerten for 8.895 kr., hvilket forbrugeren accepterede. Forbrugeren klagede herefter til Forbrugerklagenævnet for at få rabatten refunderet.

Nævnet fandt, at annoncen ganske vist var uklar med hensyn til, hvilke mærker der blev ydet rabat på, men ved henvendelse i forretningen var forbrugeren blevet gjort opmærksom på, at der ikke var rabat på Yamaha. Da forbrugeren havde accepteret sælgerens tilbud om at sælge knallerten for 8.895 kr., var der således indgået en bindende købsaftale mellem parterne, og forbrugeren fik derfor ikke medhold i sit krav om at få rabatten refunderet.

Nævnets sagkyndige oplyste, at den averterede specielle fødselsdagspris svarede til markedsprisen for den pågældende knallert. Annoncen må derfor anses for vildledende i markedsføringslovens forstand. Men dette forhold indebærer ikke, at forbrugeren får et civilretligt krav på at kunne købe varen til en lavere pris. (J.nr. FKN 88-31-108)

4.6.2. **Ekspedienten i en legetøjsforretning var ikke i god tro, da han solgte for 400 kr legetøj til to 7-årige drenge. Ugyldig aftale**

En syvårig dreng og dennes kammerat købte d. 2. januar 1989 en Masters Borg til 348 kr. og få minutter senere stylder til 60 kr.

Ekspedienten forespurgte inden købet drengen, om han havde fået lov til at bruge pengene, hvilket han bekræftede. Ekspedienten, der antog børnene for at være 6-7 år, afslog imidlertid at sælge mere legetøj til børnene.

Drengens forældre opdagede samme aften, hvad der var sket og reklamerede næste dag d. 3. januar til forretningen med påstand om ophævelse af købet, hvilket blev afvist af sælger med henvisning til, at legetøjspakkerne var blevet åbnet, og at der var blevet leget med tingene.

Et flertal af nævnets medlemmer fandt, at det burde have stået sælger klart, at børnene ikke var berettigede til at anvende over 400 kr. til indkøb af legetøj, særlig i betragtning af børnenes alder og beløbets størrelse. Nævnets flertal fandt aftalen ugyldig, hvorefter legetøjet kunne leveres tilbage i den tilstand det p.t. var i, mod udbetaling af hele købesummen, jfr. myndighedslovens § 44.

Et mindretal af nævnets medlemmer fandt ikke, at beløbet var af en sådan størrelsesorden, at det kunne fastslås, at sælger ikke var i god tro. (J.nr. FKN 89-340-23)

4.7. Foto, ure, optik, smykker

4.7.1. Kamerakøb ophævet, da sælger havde lovet, at apparatet ikke gav »røde øjne«, uagtet at dette var et generelt problem for apparater af denne type

En forbruger købte et kamera under en ferietur i Nordjylland. Da forbrugeren fik fremkaldt film taget med det nye kamera viste det sig, at personer på blitzbillederne i stort omfang havde fået »røde øjne«, og han reklamerede over dette forhold til sælgeren, der erkendte, at apparatet kunne give »røde øjne«.

Parterne aftalte, at kameraet kunne returneres mod køb af et dyrere kamera, der ikke havde denne »defekt«. Efter at have optaget nogle film med kamera nr. 2 reklamerede forbrugeren atter til sælgeren, da mange af blitzbillederne fortsat havde »røde øjne«.

Sælgeren ønskede dog ikke længere at afhjælpe problemet under henvisning til, at det er et kendt og generelt problem, at blitzbilleder ofte giver røde øjne, særlig når der anvendes målsøgerkameraer med indbygget blitz tæt på objektivet.

Forbrugerstyrelsens sagkyndige udtalte, at ingen af de to solgte kameraer med 100% sikkerhed kunne undgå problemet med »røde øjne« ved blitzoptagelser, samt at begge kameraer havde problemet i samme grad. Problemet kan kun undgås, hvis man anvender et apparat med en blitz placeret udenfor selve apparatet, gerne noget væk fra objektivet.

Forbrugerklagenævnet fandt ikke, at problemet med »røde øjne« i almindelighed kan betegnes som en mangel ved et kamera med indbygget blitz, men på baggrund af sagens konkrete omstændigheder bl.a. det forhold, at forbrugeren købte det betydeligt dyrere kamera nr. 2 efter at have reklameret over forholdet, måtte det have været en klar og for sælger kendelig forudsætning for forbrugerens køb af kamera nr. 2, at dette kamera ikke gav »røde øjne«.

Forbrugerklagenævnet bestemte, at forbrugeren var berettiget til at kræve købet ophævet. (J.nr. FKN 88-40-92)

4.7.2.

Abonnementsaftale vedrørende kontaktlinser. Den erhvervsdrivendes krav om fortsat abonnementsbetaling afhængig af, om forbrugeren aftog modydelsen

D. 15. april 1983 indgik en forbruger en abonnementsaftale med en optiker vedrørende levering m.v. af kontaktlinser.

I den fortrykte abonnementsaftale hed det:

»§ 1: I abonnementet indgår følgende:

Instruktion i brug af linserne, udmåling og tilpasning af bløde døgntkontaktlinser ..., steril indsætning af første sæt linser og udlevering af tilbehør, kontrol af øjne og linser ifølge skema incl. øjenlægekontrol, udskiftning til helt nye linser ved ændring af synsstyrke eller hornhindemål eller når de gamle linser er slidt op, løbende forsyning af normalt forbrug af væsker etc.

...

§ 7: Abonnenten har ret til når som helst at opsige abonnementet, hvorved modtagne linser og tilbehør skal afleveres til ... mod kvittering før månedens udløb. Ønsker abonnenten at beholde linserne, betales disse med kr. 400 pr. stk.

§ 8: Hvis abonnenten ikke rettidigt indbetaler aftalte afgifter eller i øvrigt misligholder aftalen eller i følge mening ikke er egnet til kontaktlinser, har ret til at opsige aftalen med umiddelbar virkning, hvorved eventuelt forfaldne afgifter straks skal indbetales og linserne straks afleveres mod kvittering, da de i modsat fald er forfaldne til omgående betaling til en pris af kr. 400 pr. stk.«

Startgebyret udgjorde 500 kr. og den månedlige afgift herefter 150 kr.

I løbet af de næste to år gik forbrugeren jævnligt til kontrol og udskiftning af kontaktlinser hos optikeren. I juni 1985 anskaffede hun imidlertid briller, og d. 12. september 1985 indfandt hun sig for sidste gang hos optikeren.

Forbrugeren modtog imidlertid stadig indbetalingskort og henvendte sig derfor i slutningen af 1985 telefonisk til optikerens firma for at opsige »kontaktlinseordningen«. Forbrugeren fik ved sin henvendelse indtryk af, at opsigelsen blev taget til efterretning, og hørte siden intet fra firmaet. Hun regnede derfor med, at abonnementet var afsluttet.

Efter 3 års forløb, d. 7. september 1988, modtog forbrugeren en inkassoskrivelse fra firmaets advokat. I skrivelsen var firmaets fordring opgjort til 7.701,61 kr.

Forbrugeren protesterede overfor optikeren, som imidlertid fastholdt kravet.

Under sagens behandling er der fremlagt kontoudtog, hvoraf det fremgik, at forbrugeren havde betalt de månedlige indbetalinger rettidigt til og med 3. september 1985, men at der herefter intet

var betalt. Optikeren fastholdt sit krav om, at forbrugeren skulle betale det månedlige abonnement for efteråret 1985, hele året 1986, hele året 1987 og frem til september 1988. Han gjorde gældende, at kontrakten aldrig var blevet opsagt, og linserne ikke afleveret. Ifølge kontrakten kunne denne opsiges når som helst til udgangen af en måned. Det forudsatte imidlertid, at kontaktlinserne samtidig blev afleveret eller blev betalt. Man havde forgæves sendt erindringsskrivelser og rykkere, som imidlertid ikke var kommet frem, fordi forbrugeren havde ændret navn og adresse.

Det oplystes, at forbrugeren var fraflyttet den adresse, hun havde ved indgåelsen af aftalen, d. 1. oktober 1986. Flytningen var blevet meldt til postvæsenet.

Forbrugerklagenævnet fandt det ikke godtgjort, at forbrugeren i efteråret 1985 havde opsagt abonnementsaftalen.

Nævnet udtalte endvidere, at i det foreliggende aftaleforhold havde optikeren som modydelse for forbrugers månedlige betaling forpligtet sig til bl.a. at foretage kontrol og udskiftning af linser. Nævnet fandt, at den erhvervsdrivende i et sådant aftaleforhold ikke var berettiget til vedblivende at afkræve abonnementsbetaling, når forbrugeren gennem længere tid ikke havde ønsket at aftage modydelsene. Optikeren burde på et langt tidligere tidspunkt end sket have indset, at forbrugeren ikke ønskede forholdet fortsat, og burde have foretaget en opgørelse af mellemværendet.

Som følge af det anførte burde *optikerens krav tilsidesættes delvist, jfr. herved princippet i aftalelovens § 36*, således at forbrugeren alene var forpligtet til at betale abonnementsafgiften i en rimelig periode, efter at hun var ophørt med at gøre brug af optikerens ydelser. Forbrugeren, der havde foretaget sin sidste indbetaling d. 3. september 1985, burde efter nævnets opfattelse betale abonnementsafgift for yderligere 9 måneder, ialt 1.350 kr.

Endvidere burde forbrugeren i overensstemmelse med kontraktens bestemmelser tilbagelevere linserne. (J.nr. 88-42-89)

4.7.3.

Køb af briller. Mangler. Aftalt garantiperiode

En forbruger købte i august 1986 et par briller. For brillerne udstedte den forretningsdrivende sin sædvanlige 15 måneders stelgaranti fra udleveringsdatoen at regne.

På dette garantibevis stod anført: »15 måneders stelgaranti. Skulle brillestellet gå i stykker indenfor de første 15 måneder, reparerer eller udskifter vi det uden udgift for Dem. Den eneste betingelse er, at skaden ikke skyldes misbrug eller et ulykkestilfælde ...«

Umiddelbart før 15 måneders fristens udløb knækkede stellet og blev af sælgeren udskiftet i henhold til garantien.

Det nye stel knækkede imidlertid ca. 8 måneder senere.

Sælgeren nægtede at reparere eller bytte brillen uden at få betaling herfor under henvisning til, at en udskiftning af det første stel ikke betød, at garantiperioden herved blev forlænget udover den oprindelige 15 måneders periode.

Forbrugeren klagede til Forbrugerklagenævnet, det bl.a. indhentedes en sagkyndig udtalelse, der konstaterede, at der ikke var tale om en fabrikations- eller materialefejl, samt at stelbruddet ikke skyldtes overlast. Skaden kunne skyldes, at stellet var ret spinkelt i betragtning af det anvendte materiale, så brillen vanskeligt tålte almindelig brug over en længere periode.

Nævnet fandt, at sælgeren efter garantibevisets ordlyd har påtaget sig at indestå for at der leveres brillestel med en holdbarhed på mindst 15 måneder, og at dette tilsagn måtte gælde såvel det oprindeligt leverede stel som det stel, der blev leveret ved udskiftningen.

Nævnet har ved afgørelsen lagt vægt på, at der i henhold til Forbrugerombudsmandens retningslinier fra 1987 for anvendelse af garantiudsagn i reklamer og aftalevilkår pkt. 5, skal ydes garanti på samme vilkår og i et tilsvarende tidsrum, som var gældende for produktet i dets helhed for dele, der er udskiftet eller repareret ifølge garantien.

Sælgeren måtte derfor uden udgift for forbrugeren ombytte stellet til et tilsvarende. (J.nr. 88-42-85)

4.7.4.

Aftalt ret til ombytning af briller med progressive glas til bifocale glas. Spørgsmål om udbetaling af prisdifferencen. Dissens

Forbrugeren havde bestilt et par briller med progressive glas (flydende overgang) til en pris af 2.616 kr., hvoraf glassene udgjorde 2.096 kr. Da forbrugeren var meget skeptisk med hensyn til de progressive glas, blev det aftalt, at glassene ville blive udskiftet til et par bifocale glas (glad med to styrker uden flydende overgang), hvis forbrugeren ikke kunne vænne sig til de progressive glas. Den erhvervsdrivende oplyste ikke i den forbindelse, at bifocale glas er ca. 500 kr. billigere.

Efter ca. 5 uger konstaterede forbrugeren, at det var umuligt for hende at vænne sig til de progressive glas. Glassene blev derfor ombyttet til bifocale glas. Forbrugeren blev nu klar over, at der var en prisdifference på 500 kr., som hun krævede udbetalt. Da den erhvervsdrivende nægtede dette, klagede hun til Forbrugerklagenævnet.

Nævnet lagde vægt på, at spørgsmålet om prisdifference først var blevet rejst, efter at ombytningen af glassene havde fundet sted. *Nævnet fandt det derfor ikke godtgjort, at forbrugeren på tidspunktet for aftalens indgåelse var blevet lovet andet og mere, end at den erhvervsdrivende uden yderligere betaling ville ombytte glassene til bifocale glas, hvis forbrugeren ikke kunne vænne sig til de progressive glas.*

Nævnet bemærkede dog, at den erhvervsdrivende i forbindelse med aftalens indgåelse burde have oplyst forbrugeren om prisdifferencen, samt at denne ikke ville blive udbetalt i tilfælde af ombytning.

3 af nævnets medlemmer fandt, at den manglende oplysning om *prisdifferencen alene var i strid med markedsføringslovens regler og derfor ikke gav forbrugeren noget krav på at få prisdifferencen udbetalt.*

2 af nævnets medlemmer fandt, at den manglende oplysning om prisdifferencen burde føre til, at forbrugeren skulle have udbetalt halvdelen af prisdifferencen.

I overensstemmelse med flertallets opfattelse fik forbrugeren ikke medhold. (J.nr. 89-42-99)

4.8. Motorkøretøjer

4.8.1. Køb af brugt bil – mangler. Caveat emptor. Generelt forbehold, købelovens § 77, stk. 1

En forbruger havde købt en 11 år gammel Audi 100, hvorom det i kontrakten var oplyst, at motoren havde kørt ca. 50.000 kilometer. Ifølge *håndskrevet vilkår på slutsedlen var bilen »købt som beset og prøvet uden garanti og ansvar fra sælgers side. Afh. bil«*.

Godt en måned efter købet brændte motoren sammen. I det brev, hvori køberen reklamerede til sælgeren, anførte han følgende: »Motor som efter slutsedlen at dømme kun skulle have kørt kilometer 50.000, har efter min overbevisning som mekaniker kørt mere end det i slutsedlen anførte«.

Da sælgeren afviste reklamationen, lod forbrugeren bilen teste hos FDM. Den tekniske konklusion i FDM-rapporten var, at bilen i forhold til alder og kilometertal var »mindre god«.

Forbrugerstyrelsen lod bilen undersøge af *nævnets sagkyndige*, som oplyste, at årsagen til motorens havari ikke kunne fastslås med sikkerhed, men *alt i alt måtte skaden betragtes som et hændeligt uheld. Den sagkyndige fandt ikke tegn på, at motoren skulle have kørt længere end ca. 50.000 kilometer.*

Ved den videre undersøgelse af bilen konstaterede den sagkyndige, at karosseriet havde adskillige rustangreb og gennemtæringer. Nogle af disse måtte antages at have været *skjult for en køber som følge af overlakering*. Også vedrørende de mekaniske elementer kunne den sagkyndige konstatere en del fejl, herunder *fejl af væsentlig betydning for færdselssikkerheden*.

Nævnet fandt efter den sagkyndiges erklæring ikke grundlag for at antage, at motoren ved leveringen havde været i en ringere stand end oplyst til forbrugeren ved købet. Som følge deraf kunne nævnet ikke give forbrugeren medhold i dette klagepunkt.

Nævnet udtalte endvidere, at forbrugeren, der var uddannet mekaniker, ved køb af en 12 år gammel bil, der blev solgt med forbehold og under betegnelsen »afhentningsbil«, som fagmand burde have undersøgt bilen nærmere. Han var derfor afskåret fra at påberåbe sig fejl, som han kunne eller burde have opdaget ved en sådan undersøgelse. Han kunne derfor ikke fremsætte mangelskrav vedrørende en lang række af gennemtæringerne i karosseriet, herunder i vognbunden, eller fejlene ved de mekaniske elementer.

Nogle af fejlene ved karosseriet havde imidlertid været camoufleret af den nyligt foretagne overlakering og havde derfor været skjult – også for en sagkyndig køber. Disse fejl berettigede køberen til et afslag i prisen. Bilen havde kostet 36.400 kr., og afslaget fast-

sattes skønsmæssigt til 5.000 kr. Det helt generelt formulerede forbehold i kontrakten, der ikke præciserede, hvad det omfattede, kunne ikke afskære køber fra at gøre mangelskrav gældende vedrørende sådanne fejl, der bevidst var søgt skjult, jfr. købelovens § 77, stk. 1. (J.nr. FKN 88-80-340)

4.8.2. **Køb af brugt bil – mangler – hændelig begivenhed. Risiko-overgang. Købelovens § 58**

En forbruger købte en ni år gammel Honda Civic for en pris af 18.000 kr. kontant. Bilen blev solgt som »afhentningsbil købt som beset og afprøvet«.

Kort tid efter købet konstaterede forbrugeren uregelmæssig motorgang, ligesom der blev konstateret rustskader.

Da den erhvervsdrivende nægtede at udbedre rustskaderne og afviste at betale reparation på motoren, henvendte forbrugeren sig til Forbrugerklagenævnet.

Forbrugeren krævede i den forbindelse købet ophævet.

Den erhvervsdrivende henviste til, at *bilen var købt som beset og afprøvet*, hvilket forbrugeren var indforstået med ved handelen.

På baggrund af Forbrugerklagenævnets sagkyndiges erklæring fandt nævnet uanset forbeholdet, at forbrugeren var berettiget til at hæve købet, da bilen på købstidspunktet var i væsentlig ringere stand, end forbrugeren kunne forvente.

Bilen blev imidlertid stjålet forinden Forbrugerklagenævnets afgørelse blev efterlevet.

Forsikringsselskabet udbetalte i den anledning 5.000 kr. til forbrugeren.

Uanset at forbrugeren ikke kunne udlevere bilen, blev den erhvervsdrivende forpligtet til at tilbagebetale købesummen, dog med fradrag af forsikringssummen. Nævnet henviste til, at forbrugeren var berettiget til at hæve købet, og at risikoen for bilens hændelige undergang derfor påhvilede den erhvervsdrivende, jfr. købelovens § 58. (J.nr. FKN 88-80-372)

4.8.3. **Ophævelse af køb af brugt diesel-bil – sælgers vejledningspligt.**

En forbruger havde købt en fire år gammel diesel bil af mrk. Daihatsu Charade for 49.900 kr. kontant. Bilen havde ved leveringen kørt 113.000 kilometer. Allerede 14 dage efter overtagelsen viste der sig startproblemer. Køber reklamerede i den følgende tid med jævne mellemrum til sælgeren dels over startproblemerne og dels over, at motoren osede usædvanligt meget. Da der var gået et halvt år efter købet, og køber havde kørt ca. 3.500 kilometer i bilen, fik hun på et andet værksted at vide, at motoren var revnet syv steder og ikke kunne repareres. Køber krævede nu købet hævet, hvilket blev afvist.

Sagen blev indbragt for Forbrugerklagenævnet, og nævnets sagkyndige undersøgte motoren og konstaterede, at dens topstykke var revnet, og cylindrene var meget slidt.

Forbrugerklagenævnet gav køber medhold i hendes krav om en

ophævelse af købet, idet bilens motor allerede ved købet havde været i en væsentlig ringere stand, end hun havde været berettiget til at forvente, navnlig når henses til, at prisen var relativt høj. Trods påkrav havde sælgeren ikke afhjulpet manglerne ved motoren.

Nævnet bemærkede endvidere, at efter hvad der var oplyst om køberens kørselsbehov, var en diesel-bil meget lidt egnet til dennes brug. Ved salg af en diesel-bil til en forbruger burde sælgeren efter nævnets opfattelse vejlede om, at en diesebil forudsætter et ret stort kørselsbehov, idet disse motorers levetid generelt nedsættes stærkt under driftsforhold, der giver anledning til mange koldstarter. I den foreliggende sag havde sælgeren forsømt at give en sådan vejledning. (J.nr. FKN 88-80-373)

4.8.4. **Køb af brugt bil. Aftalt tilbagetagelse. Spørgsmål om krav på eventuel restfordring. Bevisbyrde**

En forbruger henvendte sig i oktober 1988 til Forbrugerklagenævnet i anledning af en i august 1986 købt bil. Bilen var købt på kredit med sædvanlig ejendomsforbehold til en kreditkøbspris af 40.476 kr.

Bilen var i vinteren 1987 udsat for et færdselsuheld, og forbrugeren betalte afdrag på bilen til og med maj 1987.

I september 1987 blev bilen taget tilbage, idet sælger oplyste at have taget bilen tilbage efter klagerens begæring herom.

I oktober 1987 udfærdigede sælgeren et frivilligt forlig, som blev underskrevet af forbrugeren. Denne oplyser at have sprogproblemer og ikke at have forstået, at der ikke var tale om underskrift på en skadesanmeldelse.

Efter forbrugeren henvendelse i Forbrugerklagenævnet påberåbte sælgeren sig imidlertid, at spørgsmålet retteligt burde afgøres efter kreditkøbslovens regler. Sælgeren krævede herefter en restfordring på 13.669 kr. betalt. Herunder medregnedes bl.a. en af sælgeren fastsat værdi for bilen ved tilbagetagelsen, jfr. kreditkøbslovens § 15, § 19 og § 25.

Forbrugerklagenævnet fandt, at sælger efter kreditkøbslovens § 31, stk. 2, 1. pkt., ikke kan påberåbe sig, at han ifølge den indgåede aftale har noget krav mod forbrugeren. Forudsat at der ikke foreligger selvtægt, var der derimod ikke noget i vejen for, at sælger på andet grundlag kunne gøre et krav gældende, men bevisbyrden herfor måtte påhvile sælger.

Selv om Forbrugerklagenævnet var enig i, at mellemværendet i forbindelse med tilbagetagelse af en bil købt med ejendomsforbehold skal ske efter kreditkøbslovens regler, fandt nævnet, at *dette burde være sket straks efter den tilsyneladende tilbagetagelsesaftale* i september 1987, således at der på det tidspunkt kunne være sket en opgørelse af parternes mellemværende, herunder en vurdering af bilen og af følgerne af det stedfundne færdselsuheld.

Forbrugerklagenævnet fandt herefter, at indklagede ikke havde godtgjort, om bilen var de 10.000 kr. værd, som sælgeren påstod, ligesom sælger ej heller havde godtgjort, i hvilket omfang færdselsuheldet havde medført en sådan ekstraordinær værdiforringelse af

bilen, at dette undtagelsesvis kunne have begrundet et krav på hel eller delvis betaling af den nævnte restfordring, jfr. herved kreditkøbslovens § 27, stk. 2.

Forbrugerklagenævnet fandt derfor, at sælger ikke havde godtgjort sit krav på restfordringen, hvorfor mellemværendet burde antages for afgjort ved forbrugerens tilbagelevering af bilen. (J.nr. FKN 88-80-360)

4.8.5. **Køb af brugt bil – monteret træk ikke godkendt ved syn – krav om forholdsmæssigt afslag. Tilsidesættelse af generelt forbehold. Købelovens § 77, jfr. § 76, stk. 1, nr. 3**

En forbruger købte i sommeren 1988 en Ford Taunus 2,0 til en pris af 18.500 kr. Bilen blev i henhold til håndskrevet notat på kontrakten solgt som beset og afprøvet uden reklamationsret.

Bilen blev bl.a. leveret med en trækkrog, hvad forbrugeren ved købet lagde vægt på, men bilen viste sig at være *godkendt uden tilkoblingsanordning*.

Nævnet lagde herefter til grund, at bilen var solgt med en trækkrog uden at den erhvervsdrivende, som han burde, havde oplyst klageren om, at den ikke var godkendt og registreret med denne trækanordning.

Nævnet fandt på den baggrund, at forbrugeren som følge af manglende oplysning om forhold, der måtte antages at have haft betydning for hans bedømmelse af bilen, at være berettiget til at gøre mangelsbeføjelser gældende mod sælger, jfr. købelovens § 77, jfr. § 76, stk. 1, nr. 3. Forbrugeren fik herefter et forholdsmæssigt afslag i købesummen, der skønsmæssigt fastsattes til halvdelen af omkostningerne ved klargøring til syn ialt 4.800 kr. Denne klargøring omfattede også andet end trækanordningen. (J.nr. FKN 88-80-364)

4.9. **Transport og flytning**

4.9.1. **Forholdsmæssigt afslag i prisen for et rejsearrangement, idet forbrugeren og hans familie blev indlogeret på et andet hotel end det bestilte, hvis egenskaber han havde lagt vægt på**

En forbruger havde d. 27. februar 1989 bestilt en rejse til Jugoslavien for sig selv og sin ægtefælle samt deres to børn på henholdsvis 8 og 5 år i tidsrummet 30. juni – 9. juli

Ifølge beskrivelsen i rejseselskabets brochure skulle indlogeringen ske på et hotel, som havde en børnevenlig strand. Det var videre oplyst, at hotellets beliggenhed var ideel for familier med børn. Forbrugeren havde bestilt rejsen i så god tid netop for at komme til at bo på det pågældende hotel.

Efter at bussen var kommet ned forbi Hamburg, blev det meddelt, at selskabet ikke ville blive indlogeret på det bestilte hotel, men på et andet, som ikke var ringere.

Det andet hotel havde ifølge forbrugeren ikke den børnevenlige strand og var ikke specielt velegnet til familier med børn. Som følge heraf krævede forbrugeren et afslag i prisen.

Nævnet lagde vægt på, at det i indklagedes brochure specielt var fremhævet vedrørende det bestilte hotel, at dets beliggenhed var velegnet for familier med børn. Det er ikke af rejsebureauet gjort gældende, og det fremgik heller ikke af det fremlagte markedsføringsmateriale, at det samme skulle være tilfældet med det hotel, forbrugeren og hans familie var kommet til at bo på.

Forbrugerklagenævnet fandt, at forbrugeren var berettiget til et afslag i prisen som følge af, at han ikke var blevet indlogeret på et specielt børnevenligt hotel, og først var blevet underrettet herom så sent, at han ikke havde praktisk mulighed for at reagere. Den samlede pris for rejsen havde været 7.239,75 kr., og prisafslaget blev fastsat til 2.000 kr. (J.nr. FKN 89-50-65)

4.9.2. Køb af flybillet. Forbrugeren måtte selv bære risikoen for manglende udnyttelse af en billet påstemplet »non endorsable« under rubrikken »restrictions«

En forbruger havde købt en flybillet København-/Athen retur for 2.100 kr., men kom for sent til at nå den bestilte flyafgang på hjemrejsen fra Athen Lufthavn.

I lufthavnen blev det oplyst, at han kunne få billetten refunderet i København, hvorefter forbrugeren bestilte en billet med et andet flyselskab. Efter hjemkomst til København henvendte forbrugeren sig til det første flyselskab og anmodede om refusion af den ubenyttede flybillet. Flyselskabet afviste imidlertid dette under henvisning til, at der var tale om en rabatteret billet med restriktioner.

Forbrugeren indbragte herefter sagen for Forbrugerklagenævnet.

På den udstedte billet var under rubrikken »restrictions« stemplet »non endorsable«.

Forbrugeren har derfor købt en billet, der ikke følger de for rute-fly normalt gældende regler for bl.a. refusion af ubenyttede billetter. Da det skyldtes forbrugerens egne forhold, at han ikke fik plads på det reservede fly, fandt Forbrugerklagenævnet, at forbrugeren selv måtte bære risikoen for den manglende udnyttelse af billetten og derfor ikke kunne få medhold i kravet om delvis refusion. (J.nr. FKN 88-51-59)

4.9.3. Flytransport fra udlandet af personlige effekter – dansk speditørfirma kunne ikke kræve betaling for arbejdsydelser, forbrugeren selv kunne have udført, når speditørfirmaet ikke havde oplyst forbrugeren herom

Forbrugerklagenævnet har behandlet to sager, hvori forbrugeren havde afsendt personlige effekter, i henholdsvis én og to kufferter samt et par ski, fra udlandet. Transportaftalerne blev indgået henholdsvis i Israel og i Seattle med et derværende speditørfirma, der modtog betalingen for transporten til Kastrup Lufthavn samtidig med indleveringen til afsendelse.

I Danmark blev forbrugerne ringet op af et dansk speditørfirma, som meddelte, at effekterne nu var ankommet, og at man ville sørge for udbringningen. I den ene sag spurgte forbrugeren, hvor meget der skulle betales herfor. Speditørfirmaet oplyste alene 200 kr. for kørslen, men ikke at der ville løbe yderligere betragtelige beløb på til »arbejdspenge«, »spedition« m.v. I den ene sag krævede firmaet 539,22 kr. og i den anden 884,52 kr. for udbringningen.

Forbrugerne gjorde under behandlingen ved Forbrugerklagenævnet gældende, at de intet ville have haft imod selv at afhente effekterne i lufthavnen, hvis de var blevet vejledt om deres mulighed herfor og om, hvor meget de kunne spare.

Forbrugerstyrelsen indhentede en udtalelse fra nævnets sagkyndige, samt fra Dansk Speditørforening og fra Toldvæsenet. Nævnets sagkyndige udtalte bl.a.:

»Det er normal praksis, at der ikke træffes aftale i udlandet om, hvem der skal forestå fortoldning samt videretransport af sendingen. Kunden accepterer de udenlandske firmaers eller speditørers agenter i Danmark, og i de fleste tilfælde uden at spørge eller få at vide, hvem det er.«

»Det er ikke normalt, at man forinden giver oplysninger om udgifterne i forbindelse med toldbehandling og transport.

Det er heller ikke normalt, at man vejleder kunden om muligheden for selv af afhente og fortolde sendingen. Toldbehandlingen skal der i øvrigt også lidt kendskab til at udføre.«

Dansk Speditørforening udtalte bl.a.:

»En forsendelse med personlige ejendele, der ankommer fra udlandet til Danmark, vil som regel være destineret til en dansk speditør, der er agent for den danske eller udenlandske fragtfører. Denne modtagerspeditør vil sædvanligvis advisere modtageren inden godsets ankomst. I forbindelse med den efterfølgende kontakt giver modtagerspeditøren ofte et overslag over omkostninger i forbindelse med fortoldning og videretransport. Det er ikke sædvanligt, at der gives vejledning i muligheden for egen afhentning af sendingen og egen gennemførelse af fortoldningen, da de færreste forbrugere er i stand til at gennemføre de nødvendige befordringer og ekspeditioner.«

Af Toldvæsenets udtalelse fremgik, at der ofte ankommer forsendelser med fly til Københavns Lufthavn, indeholdende personlige effekter, der tilhører privatpersoner. Såfremt disse sendinger er adresseret til den pågældende privatperson, og indholdet er angivet som værende personlige effekter, foretager Toldkammeret en besigtigelse af sendingen. Hvis det herefter bekræftes, at der er tale om personlige effekter, som ikke indeholder told- og/eller afgiftspligtige varer, frigiver Toldkammeret sendingen til udlevering til modtageren uden særlige toldformaliteter. Der vil intet være til hinder for, at den pågældende privatperson selv kan foretage told-

behandlingen, eventuelt med bistand fra Toldkammerets personale. Hvis toldbehandlingen gennemføres på hverdage i tidsrummet mellem kl. 7 og kl. 17 betales der ikke til Toldvæsenet særskilt gebyr for toldbehandlingen.

Forbrugerklagenævnet lagde efter oplysningerne fra Toldvæsenet til grund, at forbrugerne selv kunne have forestået fortoldningen og afhentningen af godset, og at disse ekspeditioner kunne have været gennemført uden andre omkostninger for forbrugerne end kørselsudgifter.

Efter Forbrugerklagenævnets opfattelse burde de omhandlede speditørfirmaer, der ikke på forhånd havde indgået fragtaftale med forbrugerne, straks ved deres første henvendelse til disse have gjort opmærksom på, at man havde mulighed for at vælge selv at afhente godset. Ved at undlade at give denne oplysning havde de pågældende speditørfirmaer fortabt deres ret til at afkræve forbrugerne betaling for det udførte arbejde, dog bortset fra kørselsomkostningerne. (J.nr. FKN 88-52-112 og FKN 88-52-120)

4.9.4.

Flyselskab ansvarlig for bortkommet kuffert. Erstatningsansvar trods regreskrav fra klagerens forsikringsselskab

En forbruger bestilte en flyrejse København/New York retur. Under hjemrejsen bortkom forbrugerens kuffert, og hun opgjorde sit erstatningskrav i den anledning til 18.150 kr. og rejste kravet over for flyselskabet.

Forbrugeren havde tegnet en almindelig rejseforsikring hos sit forsikringsselskab, hvor hun fik udbetalt 5.000 kr. i erstatning. Det var maksimumbeløbet ved den type forsikring.

Forsikringsselskabet rejste et regreskrav mod flyselskabet.

Flyselskabet afviste herefter forbrugerens erstatningskrav under henvisning til, at forbrugeren fra sit forsikringsselskab havde fået en kompensation svarende til 714 dollar. Endvidere oplyste flyselskabet, at deres erstatningsansvar for manglende bagage var begrænset til 20 US dollar pr. kg., dog maksimeret til 400 US dollar.

Forbrugerklagenævnet fandt, at flyselskabet var ansvarlig for det tab, forbrugeren havde lidt ved at hendes kuffert bortkom under transporten fra New York til København.

Under henvisning til Warszawa-konventionens fastlæggelse af erstatning for bortkommet bagage, og idet kufferten vejede 30 kg, fastsattes erstatningskravet herefter til 4.660,70 kr.

Nævnet fandt ikke, at forbrugerens erstatningskrav blev afskåret, fordi hun gennem en rejseforsikring havde modtaget delvis dækning af sit tab, ligesom det fandtes uden betydning, at forsikringsselskabet havde rejst regreskrav overfor flyselskabet. (J.nr. FKN 89-51-85)

4.9.5.

Et flyttelæs blev ikke bragt ud, hvorfor forbrugeren fik flyttevederlaget tilbagebetalt samt erstatning for beskadigelse af godset og erstatning i øvrigt for skader forvoldt af flyttefolkene

Sidste uge før jul i 1988 bestilte en forbruger telefonisk flytning af

bohaves plus et klaver fra Århus til København. Prisen blev aftalt til 2.500 kr. Firmaet skulle hente godset i Århus og levere det dagen efter i København.

Til aftalt tid mødte to flyttemænd op i Århus med en tom lastvogn. Under de to timer, det tog flyttemændene at få klaveret flyttet ned fra første sal til gadeniveau, lykkedes det dem at beskadige både klaver og opgang temmelig meget.

Inden flyttebilen kørte fra adressen, spurgte flyttefolkene, hvornår forbrugeren ønskede godset leveret. Forbrugeren svarede i overensstemmelse med det aftalte, at ethvert tidspunkt den følgende dag var passende. Flyttefolkene kontaktede derefter hovedkontoret og præsenterede kort tid efter forbrugeren for en faktura på godt 8.000 kr., hvilket hun afviste at betale under henvisning til, at beløbet var betydeligt højere end aftalt.

Firmaet begrundede den pludselige prisstigning med, at man ikke havde andet gods til København, og at det måtte bero på en fejltagelse, at der skulle være blevet aftalt en en-dags flytning med levering følgende dag. Forbrugeren fik besked om, at indboet først kunne leveres i løbet af en uges tid, hvis det skulle leveres til den lave pris. Forbrugeren oplyste, at hun havde svært ved at undvære sit bohaves så længe, og i den forbindelse beholdt hun sig ret til at få godtgørelse for eventuelle ekstraudgifter i forbindelse med, at hun måtte undvære sit bohaves. Den erhvervsdrivende var afvisende, men lovede at undersøge, hvor hurtigt godset kunne leveres.

Efter flere forsøg på at få sit bohaves udleveret fik forbrugeren 3 uger senere besked om, at hun kun kunne få sine ting at se, hvis hun betalte et beløb på 7.232,40 kr. Da forbrugeren ikke længere kunne undvære sit bohaves, tog hun fra København til Århus og forlangte godset udleveret, hvilket hun kunne lade sig gøre imod udbetaling af 2.928 kr. straks. Herefter forestod forbrugeren selv fjernelse af indboet fra flyttefirmaets plads og indbragte sagen for Forbrugerklagenævnet.

Firmaet besvarede ikke Forbrugerstyrelsens henvendelser i sagen, og Forbrugerklagenævnet lagde derfor forbrugers forklaring til grund om, at det aftalte flyttevederlag var på ca. 2.500 kr. Man fandt videre, at det alene beroede på den erhvervsdrivendes forhold, at flytningen ikke var blevet udført, og forbrugeren var derfor berettiget til at kræve det erlagte vederlag på 2.928 kr. tilbage.

Endvidere tilkendte Forbrugerklagenævnet forbrugeren erstatning for beskadigelse af klaver og trappeopgang samt advokatbi-stand. (J.nr. FKN 89-52-147)

4.9.6.

Opbevaring af bohaves. Ansvarsbegrænsning for indtrufne skader på møbler. Brancheforenings almindelige betingelser tilsidesat, da de ikke var en del af den indgåede aftale. Aftalelovens § 36

En forbruger bestilte opbevaring på magasin af møbler i en periode på knap et år. Efter udlevering af møblerne, konstaterede forbrugeren, at der var sket beskadigelse af disse, hvorfor denne umiddelbart reklamerede overfor flytte/opbevaringsfirmaet.

Knap en måned senere fremsendte flyttefirmaets forsikringsselskab en check på 2.016 kr. til fuld og endelig afgørelse af sagen, idet man henholdt sig til Dansk Møbeltransport Forenings almindelige betingelser vedrørende møbeltransport og -opbevaring, hvoraf det fremgik, at erstatning ved opbevaring var begrænset til ialt maksimalt 1 års leje. Det fremsendte beløb svarede til dette.

Forbrugeren protesterede mod dette beløb og opgjorde efter eget skøn de skete skader til ialt 17.000 kr. eller vederlagsfri udbedring af de skete skader.

Flyttefirmaets forsikringsselskab meddelte, at man ikke kunne acceptere en sådan opgørelse, men en tings skaderapport fra Forsikringsselskabernes Skadesorganisation opgjorde de samlede reparationsudgifter/værdiforringelser af møblerne til skønsmæssigt ca. 5.000 kr. Da forbrugeren ikke protesterede mod denne opgørelse, blev den lagt til grund for Forbrugerklagenævnets afgørelse.

Nævnet fandt, at det var ubestridt, at flyttefirmaet havde pådraget sig et erstatningsansvar, og at skaderne på forbrugers bopæls have således skyldtes fejl og forsømmelser hos firmaet eller det af firmaet antagne mandskab, jfr. Dansk Møbeltransport Forenings almindelige betingelser, pkt. 2, afsnit B. Vedrørende flyttefirmaets indsigelse om, at erstatningen ifølge samme betingelser skulle begrænses til maksimalt et års leje, fandt nævnet, *at en så vidtgående og betydningsfuld maksimering af en erhvervsdrivendes ansvar for fejlagtig eller forsømmelig opbevaring i et forbrugerforhold, som det foreliggende, kun kunne ske ved en klar og individuel aftale med forbrugeren.* Den trykte henvisning på opbevaringsbeviset til Dansk Møbeltransport Forenings almindelige betingelser og til de heri indeholdte ansvarsbegrænsninger, herunder den helt generelle standardmæssige maksimering af erstatningsansvar ved opbevaring, opfyldte ikke dette krav, og standardmaksimeringen kunne derfor ikke med rimelighed påberåbes i forhold til forbrugeren, jfr. aftalelovens § 36.

Forbrugeren var derfor berettiget til at kræve fuld erstatning for skaderne på bopæls. Erstatningen fastsattes efter det oplyste til 5.000 kr. (J.nr. FKN 89-52-153)

4.10. Musikinstrumenter, grammofonplader, koncerter

4.10.1. Mangler ved koncert

En forbruger købte 2 billetter à 1.000 kr. til en gallaaften i Falkoner-salen med Plácido Domingo og Antología de la Zarzuela. Koncerten stod imidlertid ikke mål med de forventninger forbrugeren mente, man med rette kunne have til et arrangement som det foreliggende, og forbrugeren indbragte sagen for Forbrugerklagenævnet. Forbrugeren klagede bl.a. over, at orkester manglede (musikken kom fra en båndoptager), solisterne sang med mikrofoner på brystet med en dårlig lyd gengivelse til følge, højttalerne skratte, og lydsætningen var elendig. Koncertarrangøren afviste klagen under henvisning til, at man havde leveret den ydelse, der blev betalt for, nemlig en koncert med Plácido Domingo og det spanske ensemble Antología de la Zarzuela. Koncertarrangøren anførte

som begrundelse, at det afgørende for, om en ydelse er mangelfuld i køberetlig forstand er, om ydelsen efter en objektiv vurdering ikke svarer til, hvad der er aftalt – forbrugerens subjektive vurdering skulle således være uden betydning.

Nævnet fandt bl.a. på baggrund af samstemmende oplysninger herom i danske dagbladsanmeldelser, at den ved koncerten anvendte teknik var af en ringere kvalitet end forventet ved en forestilling af denne art. Nævnet lagde ved vurderingen heraf vægt på den forholdsvis høje billetpris, samt det forhold, at koncerten fra koncertarrangørens side blev markedsført som en gallaaften. Nævnet fandt således, at der forelå en mangel i køberetlig forstand, der berettigede forbrugeren til et afslag i prisen. Idet det ikke burde føre til andet resultat, at forbrugeren hørte koncerten i sin helhed uden at gøre koncertarrangøren opmærksom på sine indsigelser, blev afslaget skønsmæssigt fastsat til 250 kr. pr. billet eller ialt 500 kr. (J.nr. FKN 88-55-7)

4.11. Aviser, ugeblade, tidsskrifter, bøger

4.11.1. En socialrådgivers abonnement på »Sociale Love« ansås at være omfattet af forbrugerftaleloven. Opsigelsesperiodens længde

Forbrugeren, der var ansat som socialrådgiver af en amtskommune, havde siden september 1981 abonneret på Schultz's »Sociale Love« for at have et eksemplar hjemme, så hun også dér kunne udføre sit arbejde.

D. 26. september 1988 modtog forbrugeren en opkrævning på 1.569 kr., som udgjorde betaling for: »En lovs. sociale love – vedligehold. Abn. – 16.09.89«. Af en mærkat, der var påklæbet fakturaen fremgik følgende:

»ABONNEMENTSFORNYELSE.

Ønskes abonnementet fornyet for den kommende periode, bedes beløbet indbetalt inden 14 dage fra faktura-dato, så afbrydelser undgås. Evt. afbestilling bedes venligst meddelt os straks.«

Den 14. oktober 1988 sendte boghandleren socialrådgiveren kontoudtog, hvoraf fremgik, at hun ikke havde betalt beløbet. Hun betalte herefter fakturaen d. 22. november og sendte d. 27. november en skriftlig opsigelse på abonnementet.

Den 23. december sendte boghandleren en ny faktura, der denne gang lød på 1.568 kr. for »1 Vedligehold. Abn. Sociale Love -05.12.88-04.12.89.

Boghandleren bekræftede modtagelsen af opsigelsen, men meddelte, at denne først kunne få virkning fra september 1989, da forbrugeren havde betalt fornyelsesafgiften.

Ved afgørelsen af sagen fandt Forbrugerklagenævnet ikke, at det forhold, at lovsamlingen kunne benyttes eller havde været benyttet ved forbrugerens udøvelse af sit lønnede arbejde som socialrådgiver,

giver var til hinder for, at aftalen mellem parterne kunne betegnes som en forbruger aftale.

Efter boghandlerens forklaring havde forbrugeren d. 22. november 1988 genbestilt sit abonnement for perioden 16. september 1988 til 16. september 1989. Forbrugeren opsagde dette abonnement d. 27. november 1988. Opsigelsesperiodens længde følger af bestemmelsen i lov om visse forbruger aftaler § 14, stk. 1 og 2. Efter ordlyden af den mærkat, der var påklæbet fakturaen er der tale om en ny aftale, som accepteres af abonnenten ved indbetaling af fakturabeløbet. Det betyder, at aftalen først kan opsiges efter 3 måneder med 3 måneders varsel.

Forbrugerklagenævnet fandt imidlertid, at der ved bedømmelse af sagen måtte lægges afgørende vægt på, at der reelt var tale om et abonnementsforhold, der havde løbet siden 1981. Nævnet fandt derfor, at aftalen kunne opsiges med 3 måneders varsel. Forbrugeren opsigelse skulle derfor have virkning fra d. 28. februar 1989. (J.nr. FKN 89-57-250)

4.11.2. **Abonnement på Årbogen »Horisont«. Forbrugeren havde i en årrække ikke fået fremsendt årbøger og skrivelser fra forlaget. Han fritoges for at aftage flere årbøger og løstes fra abonnementet**

I slutningen af 1985 tegnede en forbruger abonnement på Årbogen »Horisont« i forbindelse med besøg af en dørsælger. Under besøget modtog klageren årgangen 1984 af årbogen. Endvidere underskrev han en abonnementsaftale på årbogen, således at årgangene 1979, 1980, 1981, 1982, 1983 skulle leveres med 1 bog pr. måned. Aftalen indeholdt desuden et løbende abonnement på årbogen, der skulle tage sin begyndelse, når samtlige nævnte årgange var leveret. Aftalen kunne opsiges med 3 måneders varsel ved udgangen af en måned, når der var gået 3 måneder fra aftalens indgåelse.

Herefter modtog forbrugeren ikke flere bøger eller henvendelser. Men i januar 1989 modtog forbrugeren en meddelelse fra forlaget om, at han ikke havde indfriet restgælden for Årbogen 1984. I denne forbindelse meddelte forbrugeren forlaget, at betaling for årbogen var sket i forbindelse med abonnementsaftalens indgåelse. Han havde dog ikke nogen kvittering. Endvidere meddelte forbrugeren, at forlaget havde misligholdt aftalen ved aldrig at have sendt yderligere bøger. Forbrugeren gik derfor ud fra, at aftalen var annulleret, og han ønskede ikke at modtage flere bøger.

Forlaget svarede, at en udskydelse af forlagets leveringsforpligtelse, som er begrundet i manglende betaling, ikke medfører, at klagerens forpligtelse kan nedsættes eller begrænses. Forlaget fastholdt, at forbrugeren ikke havde betalt, og truede med at overdrage sagen til inkasso. Forbrugeren betalte herefter for årbogen for »at blive frigjort fra forlaget«. Betalingen medførte imidlertid, at årbog 1983 blev fremsendt til forbrugeren, som straks returnerede bogen.

Forlaget har ikke kunnet fremlægge bevis for, at der har været

fremsendt skrivelser m.v. til forbrugeren i perioden fra 1985 til begyndelsen af 1989. Forlaget har generelt forklaret om sin rykker-procedure, at det ikke har kopier af EDB udskrifter, og derfor ikke kan redegøre for afsendelsestidspunktet i en konkret sag.

Da forlaget ikke har fremlagt bevis for, at der er fremsendt rykkerskrivelser i en periode på godt 3 år, fandt Forbrugerklagenævnet, at forbrugeren havde haft føje til at tro, at leveringen af årbøgerne var ophørt samt abonnementet annulleret. Klageren fritoges derfor for at aftage flere Horisont årbøger og løstes fra abonnementet. Nævnet bemærkede, at forbrugeren ikke havde haft incitament til at opsigte aftalen med 3 måneders varsel i overensstemmelse med bestillingssedlens bestemmelser herom (J.nr FKN 89-57-268)

4.12. Øvrige sager

4.12.1. Bortkomst af kontokort. Spørgsmål om hæftelse for uberettiget brug

Forbrugeren havde for flere år siden oprettet en konto hos en kontoring med et aftalt kreditmaksimum på 2.000 kr.

Forbrugeren *udnyttede sit kreditmaksimum* og tænkte derfor i marts/april 1989 ikke nærmere på kortet og kontrollerede ikke, at kortet var i hendes besiddelse, før hun modtog et kontoudtog fra kontoringen i maj 1989. Kontoudtoget viste, at der på hendes konto var indkøbt varer i en lokal forretning for 1.066,15 kr.

Straks, da forbrugeren havde set kontoens saldo, var hun klar over, at hendes kontokort uberettiget havde været benyttet. Efter en undersøgelse konstaterede hun, at *hendes kontokort var bortkommet. Hun måtte formode, at det var stjålet fra hendes pung.*

Da forbrugers tidligere svigerdatter havde boet i hendes lejlighed i den periode, hvor kortet måtte være forsvundet, henvendte forbrugeren sig til den lokale forretning, hvor forbrugeren fik oplyst, at det netop var hendes *tidligere svigerdatter, der havde anvendt kortet.* I forbindelse med svigerdatterens indkøb havde forretningen konstateret, at der ikke var dækning for beløbet på kontoen, hvorfor forretningen havde kontaktet kontoringen telefonisk. Kontoringen havde derefter bedt forretningen sende kunden hen for at få forhøjet kontoens kreditmaksimum. Forbrugers tidligere svigerdatter henvendte sig hos kontoringens administration, hvorefter kontoen blev forhøjet. *Kontoringen foretog ingen kontrol af, hvorvidt svigerdatteren var berettiget til at forhøje kreditmaksimum.* Forbrugeren oplyste bl.a. i sin klage, at der er en aldersforskel på 22 år mellem forbrugeren og svigerdatteren. Forbrugeren anmeldte herefter svigerdatteren til politiet for tyveri af kontokortet. Svigerdatteren blev varetægtsfængslet for dette samt andre forhold.

Over for Forbrugerklagenævnet gjorde kontoringen gældende, at kontohaveren må hæfte for det foretagne misbrug, idet der ikke har været indbrud i forbrugers lejlighed, og kontoringen fandt, at der udelukkende er tale om en intern familiesag, som kontoringen naturligvis ikke kunne blande sig i.

Nævnet lagde efter det oplyste til grund, at klageren fik stjålet sit kontokort i april måned 1989, hvorefter der uberettiget blev gjort brug af kortet d. 21. april 1989.

Nævnet fandt ikke, at der var grundlag for at antage, at forbrugeren havde mistet kontokortet ved uagtsomhed.

Da svigerdatteren uden fuldmagt fra forbrugeren fik forhøjet dennes kreditmaksimum hos kortudstederen med 1.500 kr., uden at kortudstederen i den anledning foretog den fornødne kontrol for at sikre, at et misbrug blev afværget, fandt nævnet, at forbrugeren ikke var ansvarlig for tab som følge af den uberettigede benyttelse af hendes kontokort. Kortudsteder måtte derfor bære tabet som følge af den uberettigede brug, der var sket af forbrugers kontokort, til et samlet beløb af 1.066,15 kr. (J.nr. FKN 89-78-27)

4.12.2. Køb af en skrivemaskine og aftalt ydelse af studierabat var bindende

D. 20. februar 1989 købte en forbruger en skrivemaskine. I forbindelse med købet spurgte forbrugeren, om der var mulighed for studierabat med 15%. Sælgeren oplyste ved denne lejlighed, at IBM yder studierabat ved køb af personlige computere, og han mente også, at dette gjaldt skrivemaskiner. Efterfølgende fandt sælger dog ud af, at IBM ikke yder studierabat på skrivemaskiner.

Sælgeren afviste under henvisning hertil at udbetale studierabatten, men tilbød i stedet at forbrugeren kunne returnere skrivemaskinen eller modtage noget tilbehør til skrivemaskinen uden beregning.

Nævnet fandt, at sælgeren lovede køber studierabat ved købet. Nævnet fandt endvidere, at sælgeren burde have taget forbehold på faktura eller lignende, hvis han senere ville gøre gældende, at der ikke var studierabat på skrivemaskinen. Da sælgeren ikke havde taget et sådant forbehold, fandt nævnet, at sælgeren var bundet af aftalen og derfor forpligtet til at udbetale 15% eller 731 kr. i studierabat til forbrugeren, der i god tro købte maskinen i tillid til oplysningen om studierabatten. (J.nr. FKN 89-44-60)

4.12.3. Tobaksafvænningskur. Bevisbyrden for, at der foreligger forhold, der medfører garantibortfald, hviler på sælgeren

En forbruger købte en tobaksafvænningskur med følgende garanti:

»Brugere, der ikke holder op med at ryge efter endt kur, får udgifterne til dråber og tabletter refunderet, når det dokumenteres, at kuren er gennemført efter garantibestemmelserne, der udleveres sammen med kuren.«

Af det garantibevis, der medfulgte medikamenterne, fremgik bl.a.:

»Hvis du har gennemgået to kure efter anvisningen og endnu

ikke er røgfri, forpligter sig til at tilbagebetale det fulde beløb + porto

500 kr.,

som vil blive tilsendt dig, når vi har modtaget dine to underskrevne dokumentationer, forsynet med forhandlerstempel og købsdato.

Garantien gælder kun, hvis dokumentationsbeviset udviser korrekt indtagelse af kuren.«

Kuren bestod i at indtage nogle homøopatiske præparater.

For at opnå tilbagebetaling skulle køberen afgive en erklæring på tro og love om at have fulgt tobaksafvænningskuren efter brugsanvisningen og udfylde et skema om tidspunkterne for indtagelse af præparatet og tobaksforbruget.

Da sælgeren ikke mente, at køberen havde udfyldt dette skema i overensstemmelse med sandheden afslog han at opfylde garantien.

Ved afgørelsen af sagen lagde Forbrugerklagenævnet til grund, at det ikke var lykkedes klageren at holde op med at ryge.

Nævnet udtalte dernæst, *at indklagede, der markedsførte tobaksafvænningskuren med »tilbagebetalingsgaranti« som et salgsfremmende argument havde bevisbyrden for, at købere, der ønskede at gøre brug af garantien, ikke opfyldte betingelserne for at opnå tilbagebetaling.*

Da nævnet ikke fandt, at indklagede i denne sag havde løftet bevisbyrden, pålagde nævnet indklagede at tilbagebetale vederlaget. (J.nr. FKN 88-98-78)

Bilag vedr. Forbrugerombudsmanden

A.1.	Lovbekendtgørelse nr. 55 af 28. januar 1987 om markedsføring	123
A.2.	Lov nr. 307 af 16. maj 1990 om ændring af lov om markedsføring	127
B.	Bekendtgørelse nr. 542 af 10. august 1989 om regler for Forbrugerombudsmandens virksomhed	129
C.	Rigsadvokatens meddelelse nr. 7/75 af 8. juli 1975 vedrørende sager om lovovertrædelse af lov nr. 297 af 14. juni 1974 om markedsføring	131
D.	Lov nr. 284 af 6. juni 1984 om betalingskort m.v.	135
E.	Bekendtgørelse nr. 630 af 14. december 1984 om registrering, erstatningsmaksimering og gebyrer m.v. i medfør af betalingskortloven	141
F.	Bekendtgørelse nr. 635 af 18. december 1984 om anmeldelse og oplysningspligt i henhold til lov om betalingskort	143
G.	Forbrugerombudsmandens bekendtgørelse af 4. april 1986 om gebyrer for udskrifter og fotokopier af oplysninger fra Forbrugerombudsmandens betalingskortregister	145
H.	Fortegnelse over gældende retningslinier, brancheaftaler m.v.	147

Bekendtgørelse af lov om markedsføring

Herved bekendtgøres lov om markedsføring, jfr. lovbekendtgørelse nr. 142 af 19. marts 1986, med de ændringer, der følger af lov nr. 688 af 17. oktober 1986.

Kapitel 1

Almindelige bestemmelser

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

§ 2. Der må ikke anvendes urigtige, vildledende eller urimeligt mangelfulde angivelser, som er egnet til at påvirke efterspørgsel eller udbud af varer, fast ejendom og andre formuegoder samt arbejds- og tjenesteydelser.

Stk. 2. Bestemmelsen i stk. 1 gælder også angivelser, der på grund af deres form, eller fordi de angår uvedkommende forhold, er utilbørlige over for andre erhvervsdrivende eller forbrugere.

Stk. 3. Der må ikke anvendes vildledende fremgangsmåder af lignende betydning for efterspørgsel og udbud som angivet i stk. 1 eller fremgangsmåder af tilsvarende betydning, såfremt de på grund af deres særlige form, eller fordi de inddrager uvedkommende forhold, er utilbørlige over for andre erhvervsdrivende eller forbrugere.

Stk. 4. Bestemmelserne i stk. 1-3 finder også anvendelse på foreninger og sammenslutninger, der varetager erhvervsdrivendes eller forbrugeres interesser, samt på institutioner, der har til særlig opgave at foretage forbrugerundersøgelser af varer med henblik

på offentliggørelse af undersøgelsesresultaterne.

§ 3. Ved tilbuds afgivelse, ved indgåelse af aftale eller efter omstændighederne på leveringstidspunktet skal der gives en efter formuegodets eller ydelsens art forsvarlig vejledning, når denne er af betydning for bedømmelsen af godets eller ydelsens karakter eller egenskaber, herunder især brugsegenskaber, holdbarhed, farlighed og vedligeholdelsesmulighed.

§ 4. Erklæring om ydelse af garanti eller lignende må kun anvendes, såfremt erklæringen giver modtageren en bedre retsstilling end den, han har efter lovgivningen.

§ 5. Erhvervsdrivende må ikke benytte forretningskendetegn og lignende, der ikke tilkommer dem, eller benytte egne kendetegn på en måde, der er egnet til at fremkalde forveksling med andres.

Kapitel 2

Markedsføringsforbud

§ 6. Erhvervsdrivende må ikke ved salg af varer eller fast ejendom til forbruger eller ved udførelse af arbejds- eller tjenesteydelser for forbruger yde tilgift, eller hvad der må sidestilles hermed, medmindre tilgiften er af ganske ubetydelig værdi. Reklamering med ulovlig tilgift er ligeledes forbudt.

Stk. 2. En ydelse, der er af ganske samme art som hovedydelsen, anses ikke som tilgift.

§ 7. Erhvervsdrivende må ikke ved salg af varer eller ved udførelse af arbejds- og tjenesteydelser give rabat eller anden ydelse i form af mærker, kuponer eller lignende til senere indløsning, medmindre hvert enkelt mærke på tydelig måde er forsynet med udstederens navn eller firma og med angivelse af en værdi i dansk mønt. Rabatmærkeudstederen skal indløse mærkerne her i landet til den pålydende værdi, når mærker til et beløb, hvis størrelse fastsættes af industriministeren, kræves indløst.

§ 8. Erhvervsdrivende må ikke fordele gevinster ved lodtrækning, præmiekonkurrencer eller anden foranstaltning, hvis udfald helt eller delvis beror på tilfældet.

Stk. 2. Udgiiveren af et periodisk skrift kan dog foranstalte lodtrækning til fordeling af gevinster i forbindelse med løsning af præmiekonkurrencer.

§ 8 a. Erhvervsdrivende må ikke over for en forbruger yde eller reklamere med rentefri kredit eller anden lignende ordning, hvis kredittens løbetid overstiger den løbende og efterfølgende måned.

Stk. 2. Overstiger kredittens løbetid den periode, der er nævnt i stk. 1, skal den erhvervsdrivende opkræve en årlig rente, der mindst svarer til den til enhver tid fastsatte officielle diskonto med et tillæg på 4 pct.

Stk. 3. Stk. 1-2 gælder ikke for finansieringsinstitutter, der er undergivet andet offentligt tilsyn.

Kapitel 3

Erhvervshemmeligheder og tekniske tegninger

§ 9. Den, der er i tjeneste- eller samarbejdsforhold til en virksomhed eller udfører et hverv for denne, må ikke på utilbørlig måde skaffe sig eller forsøge at skaffe sig kendskab til eller rådighed over virksomhedens erhvervshemmeligheder.

Stk. 2. Er den pågældende kommet til kendskab om – eller har han fået rådighed over – virksomhedens erhvervshemmeligheder på retmæssig måde, må han ikke ubeføjet viderebringe eller benytte sådanne hemmelig-

heder. Forbudet vedvarer i 3 år efter tjenesteforholdets, samarbejdsforholdets eller hvervets ophør.

Stk. 3. Den, der i anledning af udførelsen af arbejde eller i øvrigt i erhvervssøjemed er blevet betroet tekniske tegninger, beskrivelser, opskrifter, modeller eller lignende, må ikke ubeføjet benytte sådant materiale eller sætte andre i stand hertil.

Stk. 4. Erhvervsdrivende må ikke benytte en erhvervshemmelighed, såfremt kendskab til eller rådighed over den er opnået i strid med de ovenfor nævnte bestemmelser.

Kapitel 4

Mærkning og emballering

§ 10. Industriministeren kan efter forhandling med hovedorganisationerne for dansk erhvervsliv og forbrugerorganisationerne fastsætte bestemmelser om, at bestemte varer i detailsalg (salg til forbruger) kun må sælges eller udbydes til salg med angivelse af, om varen er dansk eller udenlandsk, eller af dens frembringelses- eller oprindelsessted. Industriministeren kan nærmere fastsætte, på hvilken måde de pågældende angivelser skal anbringes, samt hvad der i hvert enkelt tilfælde skal forstås ved varens frembringelses- eller oprindelsessted.

Stk. 2. Industriministeren kan efter forhandling med hovedorganisationerne for dansk erhvervsliv og forbrugerorganisationerne fastsætte bestemmelser om:

- 1) at bestemte varebetegnelser eller symboler er forbeholdt eller skal benyttes for varer, der opfylder visse nærmere angivne betingelser, og
- 2) at bestemte varer kun må sælges eller udbydes til salg, såfremt varerne eller deres indpakning på nærmere af ministeren foreskrevet måde er forsynet med oplysning om varernes indhold og sammensætning, holdbarhed, behandlingsmåde og egenskaber i øvrigt.

§ 11. Varer af udenlandsk oprindelse må ikke sælges eller udbydes til salg med en på varen eller dens indpakning anbragt gengivelse af eller betegnelse for det danske flag eller andre nationale kendetegn eller mindesmærker. Det samme gælder varer af udenlandsk oprindelse, på hvilke eller på hvis

indpakning der uhjemlet er anbragt portræt af medlemmer af den kongelige familie.

§ 12. Industriministeren kan efter forhandling med hovedorganisationerne for erhvervslivet og forbrugerorganisationerne fastsætte begrænsninger i adgangen til køb og salg samt til benyttelse af sådanne emballagegenstande eller dele heraf, der på nærmere foreskrevet måde enten er mærket med nogen her i landet hjemmehørende virksomheds navn eller forretningskendetegn eller er mærket som bestemt alene til emballage for varer af en bestemt art. Industriministeren kan på tilsvarende måde forbyde, at sådanne genstande forsætligt tilintetgøres eller beskadiges.

Kapitel 5

Om sagernes indbringelse for sø- og handelsretten og om forbrugerombudsmanden

§ 13. Borgerlige sager, for hvis udfald anvendelsen af denne lov er af væsentlig betydning, anlægges ved sø- og handelsretten i København, medmindre parterne vedtager andet.

Stk. 2. Offentlige straffesager om overtrædelse af denne lov behandles ved sø- og handelsretten i København, såfremt nærmere kendskab til markedsføringsforhold skønnes at være af væsentlig betydning for sagens afgørelse. I øvrigt gælder reglerne i retsplejelovens kap. 63.

§ 14. Retten kan ved dom forbyde handlinger, der er i strid med denne lov.

§ 15. Forbrugerombudsmanden fører tilsyn med, at der ikke sker overtrædelse af god markedsføringsskik eller af lovens øvrige bestemmelser eller af bestemmelser fastsat af industriministeren i medfør af loven.

Stk. 2. Forbrugerombudsmanden skal på eget initiativ eller på grundlag af klager eller henvendelser fra andre ved forhandling søge at påvirke de erhvervsdrivende til at virke i overensstemmelse med loven og de af industriministeren i medfør af loven fastsatte bestemmelser.

§ 16. Borgerlige sager om forbud mod handlinger, der er i strid med §§ 1-5 og § 8 a, kan anlægges af forbrugerombudsmanden.

Stk. 2. Forbrugerombudsmanden kan, når der er øjensynlig fare for, at formålet med et forbud som nævnt i stk. 1 vil forspildes, hvis rettens afgørelse skal afventes, nedlægge foreløbigt forbud. Sag til stadfæstelse af forbudet skal anlægges senest næste hverdag. Reglerne i retsplejelovens §§ 648, stk. 1, 1. pkt. og stk. 2, 649, 650 og 651 finder tilsvarende anvendelse, og reglerne i §§ 628, stk. 1, 629, 633, stk. 2¹⁾, 634, stk. 2 og 4²⁾, 636, stk. 1, 639 og 640, stk. 1, finder anvendelse med de fornødne lempelser.

Stk. 3. Såfremt sag til stadfæstelse af et forbud efter stk. 2 ikke kan afgøres ved dom senest 5 hverdage efter sagens anlæg, kan retten under sagens forberedelse inden udløbet af den nævnte frist ved kendelse bestemme, at forbudet fortsat skal stå ved magt. Retten giver, forinden sådan afgørelse træffes, så vidt muligt parterne adgang til at udtale sig. Stadfæstes forbudet ikke inden fristens udløb, er det bortfaldet.

Stk. 4. Retten kan efter forbrugerombudsmandens påstand ved dommen eller senere:

- 1) give sådanne pålæg, som anses nødvendige for at sikre, at et forbud overholdes, og
- 2) bestemme, at aftaler, som fremtidig indgås i strid med et nedlagt forbud, er ugyldige, medmindre den, over for hvem forbudet er nedlagt, i det enkelte tilfælde godtgør, at den handling, der forbydes, har været af uvæsentlig betydning for den anden part.

§ 17. Forbrugerombudsmanden kan kræve meddelt alle sådanne oplysninger, som skønnes nødvendige for hans virksomhed, herunder til afgørelse af, om et forhold falder ind under lovens bestemmelser.

§ 18. Forbrugerombudsmanden skal opfylde de almindelige betingelser for at blive udnævnt til dommer.

Stk. 2. Forbrugerombudsmandens afgørelser efter denne lov kan ikke indbringes for anden administrativ myndighed.

Stk. 3. Industriministeren fastsætter nærmere regler om forbrugerombudsmandens virksomhed.

Kapitel 6

Straf og påtale

§ 19. Tilsidesættelse af et af retten nedlagt forbud eller givet pålæg straffes med bøde eller hæfte.

Stk. 2. Den, som undlader at meddele oplysninger, der afkræves ham efter § 17, eller som i forhold, der omfattes af loven, meddeler forbrugerombudsmanden urigtige eller vildledende oplysninger, straffes med bøde, medmindre højere straf er forskyldt efter anden lovgivning.

Stk. 3. Overtrædelse af bestemmelserne i § 2, §§ 6-8 a og § 11 og forsætlig overtrædelse af § 5 straffes med bøde, medmindre højere straf er forskyldt efter anden lovgivning. Overtrædelser af § 2, stk. 2 og 3, der består i skadelig omtale af en anden erhvervsdrivende eller af forhold, der særligt angår ham, er undergivet privat påtale.

Stk. 4. I forskrifter, der udstedes i henhold til §§ 10 og 12, kan der fastsættes straf af bøde for overtrædelse af bestemmelser i forskrifterne.

Stk. 5. Overtrædelse af § 9 straffes med bøde, hæfte eller fængsel indtil 2 år. Påtale finder kun sted efter den forurettedes begæring. Sagerne behandles som politisager. Retsmidlerne i retsplejelovens kapitel 68, 69, 71 og 72¹⁾ finder anvendelse i samme omfang som i statsadvokatsager.

Stk. 6. Er overtrædelsen begået af et aktieselskab, andelsselskab, anpartsselskab eller lignende, kan der pålægges selskabet som sådant bodeansvar.

Kapitel 7

Ikrafttrædelse m.v.

§ 20. Loven træder i kraft den 1. maj 1975, dog § 18, stk. 1 og 3, den 1. april 1975.

§ 21. Lov nr. 98 af 29. marts 1924 om uretmæssig konkurrence og varebetegnelse, jfr. lovbekendtgørelse nr. 145 af 1. maj 1959, ophæves den 1. maj 1975.

§ 22. Lov nr. 165 af 13. april 1938 om tillæg til lov om uretmæssig konkurrence og varebetegnelse ophæves den 1. maj 1975.

Stk. 2. De bestemmelser, der er fastsat i medfør af loven, forbliver i kraft, indtil de afløses af bestemmelser, fastsat i henhold til denne lov. Overtrædelse af bestemmelserne straffes med bøde. § 19, stk. 6, finder tilsvarende anvendelse.

§ 23. Loven gælder ikke for Færøerne og Grønland, men kan ved kgl. anordning sættes i kraft for disse landsdele med de afvigelser, som de særlige færøske og grønlandske forhold tilsiger.

Lov nr. 688 af 17. oktober 1986 indeholder følgende ikrafttrædelsesbestemmelse:

§ 3. Loven træder i kraft dagen efter bekendtgørelsen i Lovtidende.

Stk. 2. Loven finder anvendelse for kontoaftaler indgået den 7. oktober 1986 eller senere, således at pligten til at svare renter indtræder for gæld, der er opstået efter lovens ikrafttræden⁴⁾.

Industriministeriet, den 28. januar 1987

N. WILHJELM

/ Niels Erik D. Jensen

¹⁾ ændret til retsplejelovens § 633, jfr. lov nr. 258 af 26. maj 1976 om ændring af retsplejeloven m.v.

²⁾ ændret til stk. 5, jfr. lov nr. 300 af 8. juni 1977 om ændring af retsplejeloven m.v.

³⁾ ændret til retsplejelovens kapitel 75 b, 73, 69 og 70, jfr. lov nr. 243 af 8. juni 1978 og lov nr. 227 af 6. juni 1985 om ændring af retsplejeloven m.v.

⁴⁾ lov nr. 688 af 17. oktober 1986 angår § 8 a.

Lov om ændring af lov om markedsføring

VI MARGRETHE DEN ANDEN, af Guds Nåde Danmarks Dronning, gør vitterligt:
Folketinget har vedtaget og Vi ved Vort samtykke stadfæstet følgende lov:

§ 1

I lov om markedsføring, jf. lovbekendtgørelse nr. 55 af 28. januar 1987, foretages følgende ændringer:

1. I § 8 indsættes efter stk. 2 som nyt stykke:

»Stk. 3. Bestemmelsen i stk. 1 finder ikke anvendelse på fordeling af gevinster i henhold til lov om gevinstopsparing.«

2. Efter kapitel 4 indføjes som et nyt *kapitel 4 a*:

»Kapitel 4 a

Sikkerhedskrav til legetøj og produkter, som på grund af deres ydre fremtræden kan forveksles med levnedsmidler

§ 12 a. Industriministeren kan fastsætte regler om sikkerhedskrav til legetøj og produkter, der på grund af deres ydre fremtræden kan forveksles med levnedsmidler og herigennem være til fare for forbrugernes sundhed eller sikkerhed.

§ 12 b. De i § 12 a omhandlede regler kan indeholde regulering på følgende områder:

- 1) Forbud mod fremstilling og markedsføring, herunder forbud mod indførsel.
- 2) Krav vedrørende fremstilling i overensstemmelse med standarder, vedrørende typegodkendelse samt vedrørende mærkning.
- 3) Betaling for typegodkendelse.

4) Myndighedskontrol, herunder adgang til relevante lokaliteter uden retskendelse samt betaling af omkostninger forbundet med kontrol.

5) Udstedelse af påbud for så vidt angår tilbagekaldelse fra markedet, tilbagekøb eller afhjælpning.«

3. I § 15 indsættes som nye stykker:

»Stk. 2. Tilsyns-, godkendelses- og kontrolforanstaltninger efter kapitel 4 a udføres af der til a' industriministeren bemyndigede statslige eller kommunale myndigheder eller private foretagender, jf. dog stk. 3.

Stk. 3. Påbud i henhold til § 12 b, nr. 5, meddeles af Forbrugerombudsmanden. Forbrugerombudsmanden kan bemyndige de i stk. 2 nævnte myndigheder og foretagender til at udstede påbud.«

Stk. 2 bliver herefter stk. 4.

4. I § 19 indsættes som nyt *stk. 6*:

»Stk. 6. Industriministeren kan i forskrifter udstedt med hjemmel i § 12 a fastsætte straf af bøde for overtrædelse af forskrifterne.«

Stk. 6 bliver herefter stk. 7.

5. I § 22, *stk. 2*, ændres »§ 19, stk. 6« til: »§ 19, stk. 7«.

§ 2

Stk. 1. § 1, nr. 2-5, træder i kraft dagen efter bekendtgørelsen i Lovtidende.

Stk. 2. § 1, nr. 1, træder i kraft den 1. juli 1990.

Givet på Christiansborg Slot, den 16. maj 1990

Under Vor Kongelige Hånd og Segl

I Dronningens Navn:

FREDERIK

Kronprins

/ Anne Birgitte Lundholt

Bekendtgørelse om regler for Forbrugerombudsmandens virksomhed

I medfør af § 18, stk. 3, i lovbekendtgørelse nr. 55 af 28. januar 1987 om markedsføring fastsættes herved følgende regler for Forbrugerombudsmandens virksomhed:

§ 1. Det påhviler Forbrugerombudsmanden at føre tilsyn med, at der ikke sker overtrædelse af god markedsføringsskik eller af de øvrige bestemmelser i lov om markedsføring eller af bestemmelser fastsat af industriministeren i medfør af denne lov.

Stk. 2. Forbrugerombudsmanden skal på eget initiativ eller på grundlag af klager eller henvendelser fra andre ved forhandling søge at påvirke de erhvervsdrivende til at virke i overensstemmelse med markedsføringsloven og de af industriministeren i medfør af denne lov fastsatte bestemmelser.

§ 2. Forbrugerombudsmanden skal særligt føre tilsyn med markedsføringen på områder, hvor overtrædelser af markedsføringsloven kan forudses ofte at forekomme, eller hvor sådanne kan være til særlig skade for forbrugerne, samt hvor der er tale om markedsføringsforanstaltninger af stor praktisk betydning.

Stk. 2. Forbrugerombudsmanden kan ikke tage endelig stilling til spørgsmålet om lovligheden af påtænkte foranstaltninger inden for markedsføring, som måtte blive ham forelagt, men kan kun uforpligtende og kun i det omfang varetagelsen af de ham ved loven påbudte opgaver tillader det, give oplysninger om de synspunkter, han ville anlægge over for sager af den pågældende karakter, som han måtte få til behandling.

§ 3. Forbrugerombudsmanden kan anlægge sag ved retten om forbud mod handlinger, der er i strid med kapitel 1 i markedsføringsloven og kan herunder nedlægge påstand om, at retten

- 1) giver sådanne pålæg, som må anses nødvendige for at sikre, at forbudet overholdes
- 2) bestemmer, at aftaler, som fremtidig indgås i strid med det nedlagte forbud, er ugyldige.

Stk. 2. Begæring om foranstaltninger, som omhandlet i stk. 1, kan også fremsættes over for retten af Forbrugerombudsmanden efter, at der er afsagt dom i sagen.

Stk. 3. Retssagen anlægges ved Sø- og Handelsretten i København, medmindre Forbrugerombudsmanden efter aftale med parten vedtager andet værneting.

Stk. 4. Forbrugerombudsmanden kan indtræde efter retsplejelovens almindelige regler i civile retssager vedrørende markedsføringsloven.

Stk. 5. Er der øjensynlig fare for, at formålet med forbud vil forspildes, hvis sag herom skal afvente rettens afgørelse, kan Forbrugerombudsmanden nedlægge foreløbigt forbud. Forbudsnedlæggelsen skal ske skriftligt med angivelse af dato og klokkeslet. Nedlægges forbudet ikke på stedet af Forbrugerombudsmanden, forkyndes forbudsdokumentet ved stævningsmand. Under den sag til stadfæstelse af forbudet, der efter bestemmelserne i markedsføringsloven skal anlægges senest næste hverdag, må Forbrugerombudsmanden principalt påstå forbudet stadfæstet ved dom, subsidiært forbudet foreløbigt godkendt ved kendelse. Af hensyn til de korte tidsfrister, bør Forbruger-

ombudsmanden så vidt muligt tidsmæssigt koordinere en forbudsnedlæggelse med retten.

§ 4. Finder Forbrugerombudsmanden, at der foreligger overtrædelse af strafsanktionerede og offentlig påtale undergivne bestemmelser i markedsføringsloven eller i forskrifter fastsat af industriministeren i medfør af denne lov, kan han fremsætte anmodning til anklagemyndigheden om, at der rejses tiltale. Det samme gælder, hvis et af retten nedlagt forbud eller givet pålæg tilsidesættes. Med anmodningen til anklagemyndigheden om tiltalerejsning kan Forbrugerombudsmanden henstille, at det overdrages ham at udføre tiltalen.

§ 5. Forbrugerombudsmanden skal forhandle med anklagemyndigheden om, for hvilken ret en straffesag vedrørende overtrædelse af markedsføringsloven bør indbringes.

§ 6. Forbrugerombudsmanden kan kræve meddelt alle sådanne oplysninger, som skønnes nødvendige for hans virksomhed, herunder til afgørelse af, om et forhold falder ind under markedsføringslovens bestemmelser.

§ 7. Forbrugerombudsmanden skal lægge vægt på at orientere offentligheden om de af ham og domstolene behandlede sager af betydning for forståelsen af markedsføringslovens bestemmelser eller af almen interesse.

§ 8. Forbrugerstyrelsen varetager Forbrugerombudsmandens sekretariatsopgaver.

Stk. 2. Forbrugerstyrelsen udarbejder ved finansårets udløb en årsberetning til industriministeren om aktiviteterne i det forløbne år og administrationen i øvrigt.

§ 9. Bekendtgørelsen træder i kraft den 1. september 1989. Samtidig ophæves bekendtgørelse nr. 496 af 25. september 1981 om regler for Forbrugerombudsmandens virksomhed.

Industriministeriet, den 10. august 1989

NILS WILHJELM

/ Vincentia Meisling

Sager om overtrædelse af lov nr. 297 af
14.6.1974 om markedsføring.

Den 1.5.1975 er markedsføringsloven trådt i kraft. Den afløser konkurrenceloven, jfr. lbkg. nr. 145 af 1.5.1959 med senere ændringer. Bemærkningerne til forslaget til markedsføringsloven findes i FT 1973/74 tillæg A sp. 2241 ff.

I forbindelse med lovens ikrafttræden har Handelsministeriet ved bkg. nr. 169 af 6.5.1975 fastsat regler om forbrugerombudsmandens virksomhed, der i § 4 giver bestemmelser om tiltalebegæring og om udførelsen af tiltalen og i § 5 om værnetinget.

1. Markedsføringsloven gentager ikke forbudet i konkurrencelovens § 4 mod brug af "Røde Kors"-mærket, De Forenede Nationers emblem, stats- og kommunevåben m.v. Retsstridig benyttelse af sådanne kendetegn vil - udenfor området af markedsføringslovens § 11 - fremtidig alene være strafbar efter straffelovens § 132, som ændret ved lov nr. 163 af 31.5.1961.

2. Efter konkurrenceloven var offentlig påtale i en række tilfælde betinget af begæring. Reglerne herom er ikke gentaget i markedsføringslovens § 19, som indeholder bestemmelserne om straf og påtale. Påtale for overtrædelse af markedsføringsloven bør dog ikke rejses, uden at forbrugerombudsmanden har givet tilslutning dertil. Inden en sag om overtrædelse af markedsføringsloven henlægges uden tiltale, indhentes en erklæring fra forbrugerombudsmanden, medmindre afgørelsen findes utvivlsom.

3. De almindelige regler om værneting gælder, men såfremt nærmere kendskab til markedsføringsforhold skønnes at være af væsentlig betydning for sagens afgørelse, behandles sagen ved sø- og handelsretten i København. Afgørelsen herom træffes efter forhandling med forbrugerombudsmanden.

Ved § 5 i bkg. om forbrugerombudsmandens virksomhed er det pålagt forbrugerombudsmanden at træde i forbindelse med tiltalte og eventuelle forurettede med henblik på, at ønsker om sagens indbringelse for sø- og handelsrettens markedsføringsafdeling så vidt muligt imødekommes.

4. Ifølge retsplejelovens § 104, som ændret ved lov nr. 286 af 14.6.1974 kan forbrugerombudsmanden - der har modtaget anklagerbeskikkelse - udføre tiltale for sø- og handelsretten i København og for by- og herredsretterne i sager vedrørende loven om markedsføring. Udførelsen af sager, der indbringes for sø- og handelsretten i København, bør sædvanligvis overlades til forbrugerombudsmanden. I andre tilfælde udføres sagen af vedkommende anklager, medmindre anden aftale i det enkelte tilfælde er truffet med forbrugerombudsmanden.

I sager, hvor forbrugerombudsmanden ikke udfører tiltalen, underrettes han om tidspunkterne for retsmøder.

5. I Forbrugerkommissionens betænkning II nr. 681/73, der ligger til grund for loven, gives der udtryk for, at bøderne efter konkurrenceloven i mange tilfælde har været for små, og at en betydelig skærpelse derfor skønnes nødvendig. Ved anklagemyndighedens bødepåstand tages hensyn til den fortjeneste, som skønnes indvundet ved overtrædelsen, og oplysninger herom søges såvidt muligt tilvejebragt under efterforskningen.

6. Afsagte domme forelægges for forbrugerombudsmanden inden ankefristens udløb.



Per Lindegaard.

R I G S A D V O K A T E N

Meddelelse nr. 2/1992.
Den 16. februar 1992.
J.nr. G 37.

Markedsførings-sager

Ved RM 7/75 er meddelt orientering om markedsføringsloven og bkg. 169 6.5.75 om regler for forbrugerombudsmandens virksomhed.

Denne bkg. er nu afløst af bkg. 496 25.9.81. § 5 er ændret således, at forbrugerombudsmanden ikke længere har pligt til at forhandle med tiltalte og eventuelle forurettede om valg af værneting, jfr. herved RM 7/75 pkt. 3. § 5 indeholder nu alene en forskrift om forhandling med anklagemyndigheden.

Forbrugerombudsmanden har oplyst, at der ikke er behov for underretning om tidspunktet for retsmøder i markedsføringssager, hvor forbrugerombudsmanden ikke udfører tiltalen, jfr. meddelelsens pkt. 4. Denne forskrift ophæves hermed.

Det tilføjes ad pkt. 2, at påtale for overtrædelse af markedsføringslovens § 9 (om adgang til og misbrug af erhvervshemmeligheder m.v.) efter § 19, stk. 5 kun finder sted efter forurettedes begæring.



Per Lindegaard.

Lov om betalingskort m.v.

VI MARGRETHE DEN ANDEN, af Guds Nåde Danmarks Dronning, gør vitterligt:
Folketinget har vedtaget og Vi ved Vort samtykke stadfæstet følgende lov:

Kapitel 1

Lovens område

§ 1. Loven gælder for betalingssystemer med betalingskort samt betalingssystemer, der kan sidestilles hermed, som udbydes eller kan benyttes her i landet.

§ 2. Ved betalingskort forstås konto-, kredit- og købekort, der benyttes i betalingsojemed, således at kortindehaver ved brug af kortet hos kortudsteder eller andre kan erhverve varer eller tjenesteydelser eller foranledige overførsel af betaling.

§ 3. Ved kortudsteder forstås:

- 1) den, med hvem kortindehaver indgår aftale om brug af betalingskort, og
- 2) den, med hvem betalingsmodtager indgår aftale om tilslutning til betalingssystemet.

Stk. 2. Kortudsteder skal have forretningssted her i landet, medmindre andet følger af regler fastsat af industriministeren.

§ 4. Ved kortindehaver forstås den, der indgår aftale med kortudsteder om brug af betalingskort.

§ 5. Ved betalingsmodtager forstås:

- 1) den, der med kortudsteder indgår aftale om at modtage betalingsoverførsel ved kortindehavers brug af betalingskort, og
- 2) den, hos hvem kortindehaver ved brug af kortet kan erhverve varer eller tjenesteydelser eller foranledige overførsel af betaling.

Kapitel 2

Anmeldelse og registrering

§ 6. Enhver kortudsteder skal anmeldes til forbrugerombudsmanden.

Stk. 2. Er flere kortudstedere tilsluttet samme betalingssystem, og anvendes i væsentligt omfang samme forretningsbetingelser, kan forbrugerombudsmanden tillade eller påbyde fælles anmeldelse.

§ 7. Anmeldelse skal indeholde:

- 1) Kortudsteders navn, forretningssted og organisation.
- 2) En beskrivelse af betalingssystemet, herunder forretningsgang og betalingsrutiner.
- 3) De oplysninger, der udleveres i henhold til § 13, stk. 1.
- 4) Forretningsbetingelser og aftalevilkår i øvrigt.

Stk. 2. Ændringer i forhold, hvorom anmeldelse er sket, skal anmeldes inden 8 dage efter, at aftale herom er indgået eller ændring er sket.

Stk. 3. Forbrugerombudsmanden fastsætter nærmere bestemmelser om anmeldelse i henhold til stk. 1 og 2.

§ 8. Forbrugerombudsmanden fører et offentligt tilgængeligt register, hvori de indgivne anmeldelser indføres. Registeret er undergivet reglerne i lov om offentlige myndigheders registre.

Stk. 2. Et betalingssystem må ikke tages i brug, forinden registrering efter stk. 1 har fundet sted.

Stk. 3. Registrering skal finde sted senest tre måneder efter, at en anmeldelse, der opfylder betingelserne i § 7, er indgivet, eller, hvis en udtalelse er indhentet efter § 11, stk. 2 eller 3, senest 3 måneder efter, at udtalelse er afgivet.

Stk. 4. Registrering efter stk. 1 indebærer ikke godkendelse af det anmeldte.

§ 9. Industriministeren fastsætter nærmere bestemmelser om:

- 1) Indretningen af registeret.
- 2) I hvilket omfang oplysninger, der vedrører sikkerhedsforanstaltninger mod misbrug af betalingssystemet, er undtaget fra registrering.
- 3) Udskrifter af registeret, herunder om gebyr herfor.

Kapitel 3

Forbrugerombudsmandens beføjelser. Tilsyn. Det rådgivende betalingskortudvalg

§ 10. Forbrugerombudsmanden fører tilsyn med, at der ikke sker overtrædelse af denne lov eller bestemmelser, der er fastsat i medfør heraf.

Stk. 2. Forbrugerombudsmanden skal påse, at betalingskortsystemer indrettes og virker således, at der sikres brugerne overskuelighed, frivillighed og beskyttelse mod misbrug. Finder forbrugerombudsmanden, at et betalingssystem i de nævnte henseender ikke er betryggende indrettet, herunder

- 1) at fornødne kontrol-, sikkerheds- og korrektionsprocedurer ikke er etableret,
- 2) at en kortudsteders forretningsbetingelser, jfr. herunder § 13, stk. 1, eller en betalingsmodtagers forretningsbetingelser over for kortindehaver ensidigt tilgodeser egne interesser eller i øvrigt er urimelige, eller
- 3) at en kortudsteders eller betalingsmodtagers forretningsbetingelser ensidigt tilgodeser den ene af parterne,

eller at lovens bestemmelser i øvrigt ikke overholdes, skal han ved forhandling søge forholdet ændret.

Stk. 3. Kan en ændring som nævnt i stk. 2 ikke ske ved forhandling, kan forbrugerombudsmanden udstede påbud herom.

§ 11. Forbrugerombudsmanden kan kræve alle oplysninger, som findes nødvendige for

hans virksomhed, herunder til afgørelse af, om et forhold falder ind under denne lovs bestemmelser.

Stk. 2. Forinden forbrugerombudsmanden træffer afgørelse om forhold som nævnt i § 20, kan en udtalelse indhentes fra monopoltilsynet eller tilsynet med banker og sparekasser.

Stk. 3. Forinden forbrugerombudsmanden træffer afgørelse efter kapitel 6, kan en udtalelse indhentes fra registertilsynet.

Stk. 4. Forbrugerombudsmanden kan i øvrigt betjene sig af særligt sagkyndige i det omfang, det findes fornødent.

§ 12. Der oprettes et rådgivende udvalg under forbrugerombudsmanden, betalingskortudvalget, der skal bistå forbrugerombudsmanden ved administrationen af denne lov.

Stk. 2. Betalingskortudvalget består af en formand, en næstformand og 7 andre medlemmer, som udnævnes af industriministeren. Formanden, næstformanden og et af medlemmerne skal repræsentere juridisk, økonomisk og teknisk sagkundskab og være uafhængige af betalingsformidlingsinteresser. Af de øvrige 6 medlemmer udnævnes et medlem efter indstilling fra Forbrugerrådet, et medlem efter indstilling fra Arbejderbevægelsens Erhvervsråd, et medlem efter indstilling fra Danmarks Sparekasseforening og Den Danske Bankforening, et medlem til repræsentation af betalingskortinteresser, et medlem efter indstilling fra Butikshandelens Fællesråd og et medlem fra det kriminalpræventive råd.

Stk. 3. Industriministeren fastsætter betalingskortudvalgets forretningsorden.

Kapitel 4

Almindelige bestemmelser

§ 13. Kortudsteder skal ved individuelle henvendelser til enkeltpersoner og virksomheder og ved besvarelse af forespørgsler om betalingskort udlevere skriftligt materiale indeholdende oplysning om:

- 1) Kortets anvendelsesmuligheder.
- 2) Vilkår, der er knyttet til indehavelse og anvendelse af kortet.
- 3) Omkostninger ved erhvervelse og brug af kortet, herunder den årlige nominelle ren-

te, hvis en periodisk rente anvendes, og eventuelle gebyrer.

- 4) Hvor ofte kortindehaver vil modtage kontoudtog.
- 5) Personlige oplysninger, kortudsteder anmoder om ved ansøgning om udlevering af kort.
- 6) Fremgangsmåden ved eventuel vurdering af kreditværdighed.
- 7) Brug, opbevaring og videregivelse af personlige oplysninger og oplysninger om indkøb m.v.
- 8) Hvorledes der advares mod kortet, hvis det bortkommer, misbruges eller er i en uberettigets besiddelse.

Stk. 2. Kortudsteder skal, for aftale om erhvervelse af betalingskort indgås, meddele kortindehaver de i stk. 1 nævnte oplysninger skriftligt.

Stk. 3. Forbrugerombudsmanden kan fastsætte nærmere regler om, hvorledes oplysningspligten efter stk. 1 og 2 skal opfyldes.

§ 14. Betalingskort må kun udleveres efter anmodning.

Stk. 2. Såfremt en anmodning om betalingskort afslås, skal kortudsteder på opfordring meddele, om oplysninger efter § 13, stk. 1, nr. 5 og 6, begrundes afslaget, og i så fald hvilke oplysninger.

§ 15. Kortindehaver har ved enhver betalingskorttransaktion krav på udlevering af kvittering.

§ 16. Kortindehaver og betalingsmodtager er berettigede til uden varsel at opsige aftalen med kortudsteder om tilslutning til betalingssystemet.

§ 17. Ved erhvervelse af varer eller tjenesteydelser ved brug af betalingskort må ikke ydes rabat, eller hvad der må sidestilles hermed, til kortindehaver, medmindre samme fordel ydes ved kontant erlæggelse.

§ 18. Betalingsmodtager er forpligtet til at modtage kontant betaling inden for normal forretnings tid til fyldestgørelse af betalingsforpligtelser, der kunne indgås og opfyldes ved brug af betalingskort.

§ 19. Betalingskort må ikke kræves anvendt som legitimationsmiddel i andre sammenhænge end betalingstransaktioner med betalingskort og som hævekort.

Stk. 2. Betalingskort må ikke indeholde kortindehavers CPR-nummer.

§ 20. Kortudsteders omkostninger ved drift af betalingssystemet kan ikke pålægges betalingsmodtager.

Stk. 2. Gebyr for kortindehavers brug af betalingskort skal fastsættes uafhængigt af betalingsmodtagerens forhold.

Kapitel 5

Erstatningsregler

§ 21. Kortindehaver er kun ansvarlig for tab som følge af uberettiget brug af betalingskort, hvis

- 1) kortindehaver eller nogen, som han har overladt kortet til, har mistet dette ved grov uagtsomhed,
- 2) kortindehaver eller nogen, som han har overladt kortet til, har undladt at underrette kortudsteder snarest muligt efter at have fået kendskab til, at kortet er bortkommet, eller inden rimelig tid efter bortkomsten, eller
- 3) kortet misbruges af nogen, som kortindehaver har overladt det til.

Stk. 2. Kortindehavers ansvar efter stk. 1 kan ikke overstige et af industriministeren fastsat beløb, medmindre kortindehaver har handlet forsætligt. Beløbet kan fastsættes forskelligt for simpel og grov uagtsomhed. Kortudsteder bærer den overskydende del af tabet.

Stk. 3. Uanset stk. 1 er betalingsmodtager ansvarlig for tab, såfremt han vidste eller burde vide, at brugeren var uberettiget til at benytte kortet.

Stk. 4. Medmindre andet følger af stk. 1, 2 eller 3, er kortudsteder ansvarlig for tab som følge af uberettiget brug af betalingskort.

Stk. 5. For betalinger, der foretages, efter at kortudsteder har fået underretning om, at kortet er bortkommet eller i øvrigt besiddes af en uberettiget, er kortudsteder dog ansvarlig, medmindre betalingsmodtager kan gøres ansvarlig efter stk. 3.

§ 22. Kortudsteder er ansvarlig for tab hos kortindehaver og betalingsmodtager, som skyldes fejlregistrering, konteringsfejl, teknisk sammenbrud eller andre lignende omstændigheder, selv om fejlen er hændelig. Har kortindehaver forsætligt eller groft uagtsomt medvirket til fejlen, kan erstatning til kortindehaver nedsættes eller bortfalde. Kortudsteder er dog ikke ansvarlig for tab hos betalingsmodtager som følge af forhold hos dem.

Stk. 2. Er betaling udeblevet eller forsinket under omstændigheder som nævnt i stk. 1, 1. pkt., kan misligholdelsesbeføjelser ikke af den grund gøres gældende over for kortindehaver bortset fra krav på rente. Er der sket træk på kortindehavers konto, anses betaling dog for sket med frigørende virkning for kortindehaver.

Stk. 3. Må kortudsteder efter stk. 1 erstatte tab hos kortindehaver som følge af forhold hos betalingsmodtager, kan kortudsteder kræve erstatningen betalt af betalingsmodtager.

Stk. 4. Kortudsteder har bevisbyrden for, at betalingstransaktioner ikke skyldes de i stk. 1, 1. pkt., nævnte omstændigheder.

Kapitel 6

Registrering, anvendelse, videregivelse og opbevaring af oplysninger

§ 23. Medmindre andet følger af bestemmelserne i denne lov, finder lov om private registre anvendelse på registre, der føres til brug ved betalingssystemer efter § 1.

§ 24. Der må kun registreres oplysninger om kortindehavere, der er nødvendige til gennemførelse af betalingstransaktioner, og oplysninger om tilfælde, hvor betalingskort er bortkommet eller inddrages på grund af misbrug.

Stk. 2. Oplysninger om kortindehavere må kun anvendes og videregives, når dette er nødvendigt til gennemførelse af betalingstransaktioner, korrektioner og retshåndhævelse, eller når dette er hjemlet ved lov. Oplysninger om misbrug må kun videregives i det omfang, det er nødvendigt for at undgå misbrug.

Stk. 3. Oplysninger om betalingsmodtagere må kun anvendes og videregives, når dette er nødvendigt til gennemførelse af betalings-

transaktioner, korrektioner og retshåndhævelse. Oplysninger må i øvrigt kun videregives i det omfang, det er bestemt i anden lovgivning.

§ 25. Oplysninger om enkeltpersoners og virksomheders benyttelse af betalingssystemer opbevares i fem år, hvorefter de tilintetgøres. Oplysninger om misbrug skal dog slettes senest to år efter registreringen.

§ 26. Industriministeren fastsætter efter indhentet udtalelse fra registertilsynet regler om, at oplysninger, der vedrører her i landet bosatte personers forhold, kun må registreres eller databehandles her i landet.

Kapitel 7

Sagernes indbringelse for retten

§ 27. Forbrugerombudsmandens afgørelser efter denne lov kan ikke indbringes for anden administrativ myndighed.

Stk. 2. Forbrugerombudsmandens afgørelser i henhold til denne lov kan indbringes for domstolene inden tre måneder fra afgørelsens dato. Indbringelse for domstolene har opsættende virkning, medmindre retten fastsætter andet, jfr. dog § 28.

§ 28. Påbud udstedt i medfør af § 10, stk. 3, skal uden unødigt ophold af forbrugerombudsmanden indbringes for domstolene, hvis den, mod hvem påbuddet retter sig, gør indsigelse.

Stk. 2. Retten kan bestemme, at indbringelse som nævnt i stk. 1 har opsættende virkning.

§ 29. Borgerlige sager, for hvis udfald anvendelsen af denne lov er af væsentlig betydning, og hvor forbrugerombudsmanden er part, anlægges ved sø- og handelsretten i København, medmindre parterne vedtager andet.

Stk. 2. Straffesager om overtrædelse af denne lov behandles ved sø- og handelsretten i København, såfremt nærmere kendskab til betalingssystemer, der omfattes af loven, skønnes at være af væsentlig betydning for sagens afgørelse. I øvrigt gælder reglerne i retsplejelovens § 104, stk. 4, og kap. 63.

Stk. 3. I sager, der efter stk. 1 og stk. 2, 1. pkt., anlægges ved sø- og handelsretten i Kø-

benhavn, finder reglerne i retsplejelovens § 9 a, stk. 7, 2. pkt., og § 94, stk. 1, 3. pkt., tilsvarende anvendelse.

Kapitel 8

Straf og påtale m.v.

§ 30. Medmindre højere straf er forskyldt efter anden lovgivning, straffes med bøde den, der

- 1) overtræder § 3, stk. 2, § 6, stk. 1, § 7, stk. 1 og 2, § 8, stk. 2, § 13, stk. 1 og 2, § 14, stk. 1, § 17, § 18, § 24 og § 25,
- 2) tilsidesætter påbud i henhold til § 6, stk. 2, og § 10, stk. 3,
- 3) undlader at meddele oplysninger, som afkræves efter § 11, stk. 1,
- 4) afgiver urigtige eller vildledende oplysninger i en anmeldelse efter § 6, jfr. § 7,
- 5) i forhold, der i øvrigt er omfattet af loven, meddeler forbrugerombudsmanden urigtige eller vildledende oplysninger.

Stk. 2. I forskrifter, der fastsættes i medfør af § 7, stk. 3, § 13, stk. 3, og § 26, kan der fastsættes straf i form af bøde for overtrædelse af bestemmelser i forskrifterne.

Stk. 3. Er overtrædelsen begået af et aktieselskab, anpartsselskab, andelsselskab eller lignende, kan der pålægges selskabet som sådant bodeansvar.

§ 31. Borgerlig straffelovs §§ 152 og 264 b finder tilsvarende anvendelse på særligt sagkyndige efter § 11, stk. 4, og deres medhjælpere. Hvad særligt sagkyndige og deres medhjælpere erfarer gennem deres virksomhed for forbrugerombudsmanden, skal betragtes som hemmelighed.

§ 32. Den, der driver virksomhed med betalingskort eller medvirker hertil, kan ved dom for strafbart forhold frakendes retten til fortsat at drive den pågældende virksomhed eller til at drive den under visse former eller til at medvirke hertil, såfremt det udviste forhold begrunder nærliggende fare for misbrug ved udovelse af virksomheden. Borgerlig straffelovs § 79, stk. 1, 3. pkt., og stk. 2-3, finder tilsvarende anvendelse.

Stk. 2. Påstand om frakendelse efter stk. 1 nedlægges af anklagemyndigheden efter anmodning fra forbrugerombudsmanden.

Stk. 3. Den, der driver virksomhed, hvortil retten er frakendt ham i medfør af stk. 1, eller som i sin virksomhed lader nogen, som er frakendt retten hertil, medvirke ved virksomhed som nævnt i stk. 1, straffes med bøde, medmindre højere straf er forskyldt efter borgerlig straffelovs § 131. Drives virksomheden af et aktieselskab, anpartsselskab, andelsselskab eller lignende, kan der pålægges selskabet som sådant bodeansvar.

§ 33. §§ 14, 15, 16, 19, 20, stk. 2, samt §§ 21 og 22 kan ikke fraviges til skade for kortindehaver.

Stk. 2. §§ 16 og 20, stk. 1, samt §§ 21 og 22 kan ikke fraviges til skade for betalingsmodtager.

§ 34. Industriministeren kan bestemme, at § 20 og kapitel 6 helt eller delvis ikke finder anvendelse på betalingssystemer efter § 1, som må anses for at være internationale.

Kapitel 9

Gebyr, ikrafttrædelses-, overgangs- og revisionsbestemmelser

§ 35. Omkostninger ved administration af denne lov pålignes de registrerede kortudstedere i forhold til betalingssystemets omsætning, antal kortindehavere og antal korttransaktioner.

Stk. 2. Industriministeren fastsætter nærmere bestemmelser om gebyrets fastsættelse og om forbrugerombudsmandens opkrævning heraf.

Stk. 3. Der tillægges gebyrerne udpantningsret.

§ 36. Loven træder i kraft 1. januar 1985.

Stk. 2. Hvis betalingssystemet er taget i brug inden 1. april 1985, skal kortudsteder senest denne dato:

- 1) foretage anmeldelse i henhold til § 6, jfr. § 7 og § 8, stk. 1, og
- 2) meddele dem, der var kortindehavere den 1. januar 1985, de i § 13, stk. 1, nævnte oplysninger.

Stk. 3. Overtrædelse af stk. 2 straffes med bøde. § 30, stk. 3, finder tilsvarende anvendelse.

Stk. 4. § 8, stk. 2 og 3, finder kun anvendelse, hvis betalingssystemet ikke er taget i brug 1. januar 1985.

§ 37. Forslag om revision af loven fremsættes for folketinget i folketingsåret 1987-88.

§ 38. Loven gælder ikke for Færøerne og Grønland, men kan ved kongelig anordning sættes i kraft for disse landsdele med de afvigelser, som de særlige færøske og grønlandske forhold tilsiger.

Givet på Amalienborg, den 6. juni 1984

Under Vor Kongelige Hånd og Segl

MARGRETHE R.

/ IB STETTER

Bekendtgørelse om registrering, erstatningsmaksimering og gebyrer m.v. i medfør af betalingskortloven

I medfør af lov nr. 284 af 6. juni 1984 om betalingskort m.v. § 9, § 21, stk. 2, § 26, § 30, stk. 2, samt § 35, stk. 2, bestemmes:

Kapitel 1

Indretning af registeret m.v.

§ 1. Forbrugerombudsmanden fører et register på grundlag af de oplysninger, der fremgår af de indgivne anmeldelser, jfr. lovens §§ 7 og 8.

Stk. 2. Registeret indrettes således, at der er mulighed for at få udskrift eller kopi af registrerede oplysninger om kortudsteder og de af denne anmeldte betalingssystemer.

Stk. 3. Forbrugerombudsmanden fastsætter gebyr for udskrifter eller kopier. Gebyrerne bekendtgøres i Statstidende og oplyses på forlangende.

§ 2. Oplysninger om sikkerhedsforanstaltninger mod misbrug må alene registreres i form af en generel beskrivelse af principperne i systemets beskyttelse mod misbrug.

§ 3. Forbrugerombudsmanden underretter skriftligt kortudsteder om, at registrering er sket.

Kapitel 2

Erstatningsmaksimering

§ 4. Kortindehavers ansvar for simpel uagtsomhed efter lovens § 21, stk. 1, nr. 2 og 3, kan ikke overstige 1.000 kr.

Stk. 2. Kortindehavers ansvar for grov uagtsomhed efter lovens § 21, stk. 1, nr. 1-3, kan ikke overstige 5.000 kr.

Kapitel 3

Registrering og databehandling i udlandet

§ 5. Til brug ved betalingssystemer må oplysninger, som ikke må registreres her i landet, heller ikke indsamles med henblik på registrering eller databehandling i udlandet.

Stk. 2. Til brug ved betalingssystemer må oplysninger, der vedrører her i landet bosatte personers erhvervelse af varer eller tjenesteydelser her i landet ikke overlades til registrering eller databehandling i udlandet, såfremt oplysningerne, hvis de røbes, er egnede til at skade den pågældendes omdømme.

Kapitel 4

Gebyr til dækning af omkostninger ved lovens administration

§ 6. Kortudsteder skal hvert år inden 1. juli meddele forbrugerombudsmanden betalingssystemets omsætning her i landet og antal korttransaktioner via betalingssystemet her i landet i det forrige kalenderår, samt antal kortindehavere her i landet, der er tilknyttet betalingssystemet ved det forrige kalenderårs udgang, jfr. dog stk. 3.

Stk. 2. Forbrugerombudsmanden fastsætter kortudstedernes gebyr forholdsmæssigt på grundlag af forbrugerombudsmandens udgiftsbudget i det indeværende finansår vedrørende administrationen af loven, således at:

- a. $\frac{1}{3}$ af udgiftsbudgettet udredes af kortudstederne i forhold til betalingssystemets omsætning her i landet i det forrige kalenderår,
- b. $\frac{1}{3}$ af udgiftsbudgettet udredes af kortudstederne i forhold til antal korttransaktioner via betalingssystemet her i landet i det forrige kalenderår, og
- c. $\frac{1}{3}$ af udgiftsbudgettet udredes af kortudstederne i forhold til antal kortindehavere her i landet, der er tilknyttet betalingssystemet ved det forrige kalenderårs udgang.

Gebyret udgør dog mindst 500 kr. årligt.

Stk. 3. Er flere kortudstedere tilsluttet samme betalingssystem, påhviler det hver kortudsteder at meddele forbrugerombudsmanden de i stk. 1 omhandlede oplysninger, dog således at det alene påhviler den enkelte kortudsteder at oplyse sin andel i betalingssystemets omsætning, antal korttransaktioner og antal kortindehavere. På dette grundlag fastlægger forbrugerombudsmanden den enkelte kortudstaders gebyr i overensstemmelse

med stk. 2.

Stk. 4. Gebyrets størrelse meddeles hver kortudsteder inden 1. september og forfalder til betaling 1. oktober. Gebyret er tillagt udpantningsret, jfr. lovens § 35, stk. 3. Undlader kortudsteder at meddele de i stk. 1 nævnte oplysninger, fastsætter forbrugerombudsmanden gebyret skønmæssigt på grundlag af de for ham foreliggende oplysninger.

Stk. 5. Afviger de indbetalte gebyrer fra de i finansåret afholdte udgifter, reguleres der herfor over det følgende års udgiftsbudget vedrørende administrationen af loven.

Kapitel 5

Straf- og ikrafttrædelsesbestemmelser

§ 7. Overtrædelse af § 5 straffes med bøde.

Stk. 2. Begås overtrædelsen af et aktie-, anparts-, andelsselskab eller lignende kan bødeansvar pålægges selskabet som sådant.

§ 8. Bekendtgørelsen træder i kraft den 1. januar 1985.

Industriministeriet, den 14. december 1984

IB STETTER

/ Per Lund Thoft

Bekendtgørelse om anmeldelse og oplysningspligt i henhold til lov om betalingskort

I medfør af § 7, stk. 3, § 13, stk. 3 og § 30, stk. 2 i lov nr. 284 af 6. juni 1984 om betalingskort m.v. fastsættes:

§ 1. Anmeldelse af kortudsteder efter lovens § 6 skal ske på blanketter, der kan rekvireres hos Forbrugerombudsmanden.

§ 2. Kortudsteders skriftlige oplysninger efter lovens § 13, stk. 1 og 2 skal gives samlet og være tydeligt adskilt fra eventuelle andre oplysninger.

§ 3. Gives oplysningerne i forbindelse med et ansøgningsskema om erhvervelse af betalingskort, skal det skriftlige materiale være udformet på en sådan måde, at kortansøgeren ved overgivelse eller fremsendelse af ansøgningsskemaet kan beholde den del, hvori oplysningerne efter lovens § 13, stk. 1 og 2 er angivet.

§ 4. Oplysningerne skal gives i følgende rækkefølge og under følgende overskrifter:

- 1) Kortets anvendelsesmuligheder.
- 2) Vilkår knyttet til indehavelse og anvendelse af kortet.

3) Omkostninger, gebyrer, rente m.v.

4) Kontoudtog.

5) Afkrævning af personlige oplysninger.

6) Kreditværdighedsvurdering.

7) Brug, opbevaring og videregivelse af personlige oplysninger og oplysninger om indkøb m.v.

8) Udsendelse af advarsel hvis kort bortkommer, misbruges eller er i en uberettigets besiddelse.

Stk. 2. Såfremt oplysninger om flere betalingskort eller om forskellige ordninger med samme betalingskort gives samlet, skal oplysninger, der er indbyrdes forskellige for de enkelte betalingskort eller ordninger, angives tydeligt adskilt i teksten under de i stk. 1 angivne overskrifter.

§ 5. Overtrædelse af §§ 2-4 straffes med bøde.

Stk. 2. Begås overtrædelsen af et aktieselskab, anpartsselskab, andelsselskab eller lignende kan bødeansvar pålægges selskabet som sådant.

§ 6. Bekendtgørelsen træder i kraft den 1. januar 1985.

Forbrugerombudsmanden, den 18. december 1984

FREDE CHRISTENSEN

Bekendtgørelse om gebyrer for udskrifter og fotokopier af oplysninger fra Forbrugerombudsmandens betalingskortregister.

I medfør af § 1, stk. 3 i Industriministeriets bekendtgørelse nr. 630 af 14. december 1984 om registrering, erstatningsmaksimering og gebyrer m.v. i medfør af betalingskortloven fastsættes:

§ 1. For udskrift eller kopi af registrerede oplysninger om en kortudsteder og de af denne anmeldte betalingssystemer betales 5 kr. for hver side, dog mindst 25 kr.

§ 2. Der opkræves ikke gebyr for første eksemplar af udskrift eller kopi af registrerede oplysninger, der udleveres til en kortudsteder indenfor det betalingskortsystem, oplysningerne vedrører.

§ 3. Bekendtgørelsen træder i kraft den 15. april 1986.

Forbrugerombudsmanden, den 4. april 1986
Frede Christensen

Fortegnelse over gældende retningslinier, brancheaftaler m.v.

1. Retningslinier vedrørende reklame for øl, spiritus og andre *alkohol* holdige drikkevarer (ekskl. produkter under 2,25 vægtprocent alkohol).
Maj 1987
2. Retningslinier for omfanget af forsikringsselskabernes orientering til forsikringstager i forbindelse med *autoskade*.
Maj 1990
3. Vejledende retningslinier om forståelsen af begrebet »vildledning« med hensyn til oprindelsesland ved salg af *beklædningsgenstande*.
November 1978
4. Retningslinier for afgivelse af *bonusprognoser* og prognoser for pensionsopsparing i livsforsikringsselskaber og pengeinstitutter.
Forbrugerombudsmanden og Finanstilsynet, februar 1990
5. Vejledende retningslinier for accept ved ændring af *forbrugerforsikring* (»passiv accept«).
Finanstilsynet, januar 1990
6. Retningslinier for anvendelse af *garantiudsagn* i reklamer og af talevilkår.
December 1987
7. *Julekonkurrencer*.
November 1982
8. Retningslinier for salg af *kemisæt* til børn.
Juli 1979
9. Vejledende retningslinier for *kontaktbureauers virksomhed*.
Juni 1979
10. Retningslinier om annoncering med *køreskoleundervisning*.
November 1989
- Vejledning om *lægemiddelreklame* over for offentligheden.
Sundhedsstyrelsen, april 1989
11. Retningslinier for anvendelse af *portrætbilleder* eller andre personlige kendetegn i markedsføringen.
April 1987

12. *Prisreklame.*
Juli 1983
13. Vejledende retningslinier for anvendelse af reklameudsagn, der indeholder sammenligninger med andre erhvervsdrivendes *priseniveau*.
Juni 1978
14. »SÆTTER DE PRIS PÅ ?«
Forbrugerstyrelsens brochure, juli 1989
15. Retningslinier for *prisksempler* inden for automobilforsikring.
Januar 1978
16. Retningslinier for *præmiekonkurrencer* afholdt af foreninger i samarbejde med erhvervsdrivende.
April 1977
17. *Reklamationsvejledning* – Forbruger køb.
Februar 1981
18. *Rustbeskyttelse*. Eksterne firmaers garanti.
Juli 1987
19. *Rusttæring*. Importørernes garanti.
Juli 1987
20. Retningslinier for markedsføring af *selskabsrejser*.
Januar 1986
21. Retningslinier for *selskabsrejsebrochurer*.
Oktober 1981
22. Retningslinier for *skolefotografering*.
September 1976
23. Vejledende retningslinier for markedsføring af UV-bestrålingsapparater (*UV-sole og -solarier*).
Marts 1984
24. Retningslinier for annoncetegning ved *telefonakkvisition*.
Februar 1977
25. »*Tilbudsreklame*«.
Forbrugerombudsmandens Beretning 1977-1978
26. Vejledende retningslinier for markedsføring af *tinvarer* og tinlignende varer.
Marts 1979

27. Regler for markedsføring af *tobaksvarer*
Februar 1980
28. Aftale mellem *Tobaksindustrien* og Indenrigsministeriet.
Marts 1986
29. Vejledende retningslinier for annoncering med køb af *ædle metaller*.
Marts 1981

Eksemplarer af ovennævnte retningslinier, brancheaftaler m.v. kan telefonisk bestilles ved henvendelse til Forbrugerstyrelsens juridiske kontorer, *hverdage kl. 10-12 på tlf. 33 91 24 66 og kl. 13-15 på tlf. 33 13 87 11.*

Bilag vedr. Forbrugerklagenævnet

I.	Lovbekendtgørelse nr. 282 af 10. maj 1988 om Forbrugerklagenævnet	153
J.	Bekendtgørelse nr. 541 af 10. august 1989 om forretningsorden for Forbrugerklagenævnet	157
K.	Bekendtgørelse nr. 793 af 15. december 1988 om Forbrugerklagenævnets virksomhedsområde	161
L.	De særlige regler i retsplejeloven om forbrugersager	163
M.	Retsafgiftsloven § 9	165

Bekendtgørelse af lov om Forbrugerklagenævnet

Herved bekendtgøres lov om Forbrugerklagenævnet, jf. lovbekendtgørelse nr. 105 af 28. februar 1986, med de ændringer, der følger af lov nr. 320 af 4. juni 1986 og lov nr. 856 af 23. december 1987

Kapitel I

Forbrugerklagenævnet

§ 1. Klager fra forbrugere vedrørende varer, arbejds- og tjenesteydelser kan indbringes for Forbrugerklagenævnet. En klage kan angå samtlige omstændigheder i retsforholdet mellem parterne.

§ 2. Industriministeren fastsætter regler om, i hvilket omfang klager fra forbrugere vedrørende varer eller arbejds- og tjenesteydelser, der hidrører fra offentlig virksomhed, kan indbringes for nævnet.

§ 3. Uden for nævnets område falder klager, for hvilke der i lovgivningen er foreskrevet en særlig klageadgang.

Stk. 2. Industriministeren kan endvidere bestemme, at visse varer, arbejds- og tjenesteydelser eller erhvervsområder undtages fra nævnets virksomhed, eller at klage ikke kan rejses, når prisen for varen eller ydelsen overstiger en bestemt grænse.

§ 4. Nævnet består af et formandskab og repræsentanter for forbruger- og erhvervsinteresser. Forbrugerstyrelsen fungerer som nævnets sekretariat.

Stk. 2. Nævnets medlemmer udnævnes af industriministeren. Formandskabets medlemmer skal opfylde de almindelige betingelser for at blive udnævnt til dommer og må ikke have særlig tilknytning til forbrugernes og erhvervslivets organisationer. Repræsentanterne for forbruger- og erhvervsinteresser udnævnes for 3 år ad gangen efter indstilling fra forbrugernes og erhvervslivets organisationer.

Stk. 3. Nævnets forretningsorden fastsættes af industriministeren. Der kan heri fastsættes regler om betaling af gebyr for nævnets behandling og om offentliggørelse af nævnets afgørelser.

§ 5. Ved nævnets behandling af en sag skal deltage mindst et medlem af formandskabet. Endvidere skal deltage mindst to medlemmer udpeget af formandskabet blandt repræsentanter for forbruger- og erhvervsinteresser, således at disse er ligeligt repræsenteret.

Stk. 2. (Ophævet).

§ 6. Klage kan rejses mod den, der efter retsplejelovens regler kan sagsøges ved dansk domstol om de af klagen omfattede spørgsmål.

Stk. 2. Aftaler, der bestemmer, at retstvister skal behandles ved voldgift eller andet særligt forum, er ikke til hinder for, at klage indgives til nævnet.

§ 7. Nævnet afviser klager, der ikke skønnes egnet til behandling ved nævnet.

Stk. 2. Nævnet kan afvise at behandle en klage, hvis det må anses for åbenbart, at der ikke kan gives forbrugeren medhold i klagen.

Stk. 3. Nævnet kan bemyndige sekretariatet til at træffe de i stk. 1 og 2 nævnte afgørelser.

§ 8. Så længe en sag verserer for nævnet, kan klagesagens parter ikke anlægge sag ved domstolene om de af klagen omfattede spørgsmål.

Stk. 2. Såfremt sag er anlagt ved domstolene og forbrugeren ønsker den indbragt for nævnet, udsætter retten sagen på ubestemt tid og sender den til nævnet, medmindre det må anses for åbenbart, at der ikke kan gives forbrugeren medhold i klagen eller sagen ikke skønnes egnet til behandling ved nævnet.

Stk. 3. Såfremt sag er rejst ved voldgift eller andet særligt forum og forbrugeren ønsker den indbragt for nævnet, skal sagen udsættes, indtil den er behandlet af nævnet.

§ 9. Ingen af parterne betaler omkostninger ved nævnsbehandlingen til den anden part.

Stk. 2. Nævnet afholder udgifterne ved indhentelse af sagkyndige erklæringer, som nævnet skønner nødvendige for sagens behandling.

Stk. 3. Forbrugerklagenævnet kan bestemme, at den tabende part helt eller delvis skal afholde udgifterne ved indhentelse af sagkyndig erklæring eller betalte gebyrer.

§ 10. Når nævnet har truffet afgørelse i en klagesag, kan sagen af hver af parterne indbringes for domstolene.

Stk. 2. Såfremt nævnets afgørelser eller forlig indgået for nævnet ikke efterleves, indbringer Forbrugerklagenævnets sekretariat på forbru-

gerens begæring og på dennes vegne sagen for domstolene.

§ 11. Betegnelsen »Forbrugerklagenævnet« er forbeholdt det i nærværende kapitel omhandlede nævn.

Stk. 2. Industriministeren kan fastsætte bestemmelser, der forbyder andre klageorganer at anvende betegnelser, der kan forveksles med den i stk. 1 anførte betegnelse. Overtrædelse af et sådant forbud straffes med bøde.

Kapitel 2

Godkendelse af private klage- og ankenævn

§ 12. Forbrugerklagenævnet kan godkende, at klager, der ellers kunne behandles ved nævnet, i stedet behandles ved klage- eller ankenævn omfattende bestemte brancher eller andre afgrænsede områder.

Stk. 2. En sådan godkendelse kan kun meddeles, hvis klage- eller ankenævnets vedtægter indeholder bestemmelser om nævnets sammensætning og sagsbehandling, som er betryggende for parterne.

Stk. 3. En godkendelse kan tidsbegrænses og kan tilbagekaldes, såfremt forudsætningerne for godkendelse ikke længere skønnes at være til stede.

Stk. 4. Forbrugerklagenævnets afgørelse efter stk. 1–3 kan ikke indbringes for anden administrativ myndighed.

Stk. 5. § 6, stk. 2, § 8 og § 10 finder tilsvarende anvendelse på sager, der kan indbringes for et godkendt klage- eller ankenævn.

Kapitel 3

Ikrafttrædelse m.v.

§ 13. Loven træder i kraft den 1. juni 1975, § 4 og § 12 dog den 1. april 1975.

§ 14. Loven gælder ikke for Færøerne og Grønland, men kan ved kgl. anordning sættes i kraft for disse landsdele med de afvigelser, som de særlige færøske og grønlandske forhold tilsiger.

Lov nr. 320 af 4. juni 1986 indeholder følgende ikrafttrædelsesbestemmelse:

Loven træder i kraft den 1. juli 1986.

Lov nr. 856 af 23. december 1987 indeholder følgende ikrafttrædelsesbestemmelse:

Loven træder i kraft den 1. januar 1988.

Industriministeriet, den 10. maj 1988

NILS WILHJELM

/ Hendrik Boesgaard

Bekendtgørelse om forretningsorden for Forbrugerklagenævnet

I medfør af § 4, stk. 3 i lovekendtgørelse nr. 282 af 10. maj 1988 om Forbrugerklagenævnet, fastsættes:

§ 1. Forbrugerklagenævnet består af et formandskab (1 formand og næstformænd) og repræsentanter for forbruger- og erhvervsinteresser.

Stk. 2. Formandskabets medlemmer skal opfylde de almindelige betingelser for at blive udnævnt til dommer og må ikke have særlig tilknytning til forbrugernes eller erhvervslivets organisationer. Repræsentanterne for forbruger- og erhvervsinteresser udnævnes af industriministeren som medlemmer af nævnet for 3 år ad gangen efter indstilling fra forbrugernes og erhvervslivets organisationer.

Stk. 3. Industriministeren nedsætter et forretningsudvalg for nævnet bestående af nævnets formand og 4 repræsentanter for nævnets medlemmer, således at forbruger- og erhvervsrepræsentanter er ligeligt fordelt.

Stk. 4. Forbrugerstyrelsen varetager Forbrugerklagenævnets sekretariatsopgaver. Forbrugerstyrelsen udarbejder ved finansårets udløb en årsberetning til industriministeren om aktiviteterne i det forløbne år og administrationen i øvrigt.

§ 2. Forbrugerklagenævnet behandler klager fra forbrugere vedrørende varer eller arbejds- og tjenesteydelser fra erhvervsdrivende.

Stk. 2. Industriministeren kan ved bekendtgørelse undtage klager vedrørende nærmere angivne varer eller arbejds- og tjenesteydelser, jf. bekendtgørelse om Forbrugerklagenævnets virksomhedsområde. Forbrugerklagenævnet

kan ikke behandle klager, der kan indbringes for godkendte private klage- og ankenævn.

§ 3. Forbrugerklagenævnet kan endvidere behandle klager fra forbrugere vedrørende varer eller arbejds- og tjenesteydelser hidrørende fra offentlige myndigheders virksomhed i det omfang, industriministeren bestemmer. Udtrykket »erhvervsdrivende« omfatter i det følgende også de i 1. pkt. nævnte offentlige myndigheder.

Stk. 2. Klager kan ikke indgives af offentlige myndigheder eller offentlige institutioner.

§ 4. Uden for nævnets område falder klager, for hvilke der i lovgivningen er foreskrevet en særlig klageadgang.

§ 5. Klager kan indgives mod den, der efter retsplejelovens regler kan sagsøges ved dansk domstol om de af klagen omfattende spørgsmål.

§ 6. Ingen må deltage i behandlingen af en sag, når

- 1) vedkommende selv har en særlig personlig eller økonomisk interesse i sagens udfald eller er eller tidligere i samme sag har været repræsentant for nogen, der har en sådan interesse,
- 2) vedkommendes ægtefælle, beslægtede eller besvogrede i op- eller nedstigende linje eller sidelinjen så nær som søskendebørn eller andre nærtstående har en særlig personlig eller økonomisk interesse i sagens udfald, eller er repræsentant for nogen, der har en

sådan interesse,

- 3) der i øvrigt foreligger omstændigheder, som er egnede til at vække tvivl om vedkommendes fuldstændige upartiskhed.

Stk. 2. Den, for hvis vedkommende nogen af de i stk. 1 nævnte forhold foreligger, skal omgående underrette nævnsafdelingens formand, som træffer beslutning om, hvorvidt den pågældende kan deltage i behandlingen af sagen.

§ 7. Sekretariatet bistår formandskabet og forretningsudvalget og har i øvrigt til opgave at besvare skriftlige, telefoniske eller personlige henvendelser til Forbrugerklagenævnet og at forberede klagesagerne for nævnets afdelinger.

Stk. 2. Sekretariatet påser, at følgende betingelser for nævnsbehandling er opfyldt:

- 1) at forbrugeren forgæves har rettet henvendelse til den erhvervsdrivende,
- 2) at klagen indbringes på en af nævnet udfærdiget formular,
- 3) at der i forbindelse med klagens indbringelse betales et gebyr på 25 kr. og
- 4) at der ud over det i punkt 3 nævnte beløb for behandling af klager vedrørende køb af motorkøretøjer betales et gebyr på 400 kr., der tilbagebetales til forbrugeren, hvis klagen ikke skønnes egnet til behandling ved nævnet.

Stk. 3. Oversendes en ved retten eller en voldgiftsret anlagt sag til Forbrugerklagenævnet efter anmodning fra en forbruger, anses forbrugeren hermed for at have indbragt sagen for nævnet.

§ 8. Sekretariatet videresender forbrugers klage til den erhvervsdrivende til udtalelse. Når sekretariatet har modtaget svar fra den erhvervsdrivende, forelægges dette for klageren til udtalelse. Sekretariatet drager i øvrigt omsorg for, at hver af parterne får kendskab til oplysninger fra modparten, som må anses af betydning for sagens afgørelse, og til skriftlige sagkyndige erklæringer indhentet til brug for nævnsbehandlingen; dette gælder dog ikke, hvis en parts interesse i at kunne benytte kendskab til oplysningerne findes at burde vige for afgørende hensyn til offentlige eller private interesser.

Stk. 2. Sekretariatet fastsætter en frist på normalt 14 dage for parterne til at afgive de under stk. 1 nævnte udtalelser og eventuelt andre udtalelser, som sekretariatet finder påkrævede.

Fristen regnes fra datoen for sekretariatets anmodning til parterne om en udtalelse. Hvis den erhvervsdrivende ikke er fremkommet med en udtalelse inden fristens udløb, kan sekretariatet afgive sagen til behandling i en af nævnets afdelinger, der kan beslutte at træffe afgørelse i sagen på det i øvrigt foreliggende grundlag. Fremkommer forbrugeren ikke med en udtalelse inden fristens udløb, kan sekretariatet anse klagen for bortfaldet.

Stk. 3. Sekretariatet afslutter sagen, hvis den erhvervsdrivende under sagens forberedelse opfylder forbrugers krav. Det samme gælder, hvis forbrugeren frafalder sin klage.

Stk. 4. Sekretariatet kan afvise eller afgøre sagen, jf. § 13, stk. 1, nr. 4 og 5.

Stk. 5. Sagen kan søges forliget mellem parterne af sekretariatet.

Stk. 6. Sager, der ikke er blevet afsluttet i medfør af stk. 3 eller stk. 4, eller forlig, der ikke er blevet opfyldt, afgives af sekretariatet til behandling i en af nævnets afdelinger. Nævnets formand kan bestemme, at den sagsbehandler, der har forberedt sagen i sekretariatet, skal forelægge sagen ved behandlingen i en nævnsafdeling.

§ 9. Forbrugerklagenævnets afgørelse af de enkelte sager træffes i et møde i en nævnsafdeling, hvori deltager et medlem af formandskabet og 4 medlemmer, jf. dog § 13, stk. 1, nr. 3, der repræsenterer forbruger- og erhvervsinteresser. En nævnsafdeling er beslutningsdygtig, når et medlem af formandskabet og mindst to medlemmer repræsenterende såvel forbruger- som erhvervsinteresser er til stede. Er et nævnsmedlem, der repræsenterer erhvervs- eller forbrugerinteresser, forhindret i at deltage i et møde, tilfalder dette medlems stemme det tilstedeværende nævnsmedlem, der repræsenterer henholdsvis erhvervs- eller forbrugerinteresser. Der føres protokol over afdelingernes møder.

Stk. 2. Afgørelsen træffes på det af sekretariatet tilvejebragte grundlag. Nævnsafdelingen kan beslutte at udsætte sagens behandling på yderligere oplysninger. Sagkyndige kan tilkaldes til nævnsbehandlingen, ligesom parter og eventuelle vidner kan tilkaldes, hvis særlige omstændigheder taler herfor.

Stk. 3. Afgørelsen træffes efter en juridisk bedømmelse af sagens omstændigheder. Nævnsafdelingen kan mægle forlig i sagen.

Stk. 4. De tilstedeværende medlemmer af

nævnsafdelingen skal deltage i afgørelsen. Afgørelsen træffes ved almindelig stemmeflerhed.

Stk. 5. Sekretariatets medarbejdere har adgang til uden stemmeret at deltage i rådslagningen.

Stk. 6. Nævnsafdelingernes afgørelser og forlig skal være skriftlige. Afgørelserne skal være ledsaget af en begrundelse. Afgørelser underskrives af nævnsafdelingens formand. Afdelingen fastsætter en frist på normalt 30 dage til opfyldelse af afgørelsen eller forliget.

Stk. 7. Parterne modtager en kopi af afgørelsen eller forliget, ligesom de underrettes om reglerne for indbringelse af sagen for domstolene.

Stk. 8. Såfremt nævnsafdelingen bestemmer, at den tabende part helt eller delvis skal afholde udgifterne ved indhentelse af sagkyndig erklæring eller betalte gebyrer, jf. lovens § 9, stk. 3, fastsættes en frist på normalt 30 dage til opfyldelse af afgørelsen.

§ 10. Sekretariatet indbringer sagen for domstolene på forbrugers begæring og på dennes vegne, såfremt nævnets afgørelse eller forlig indgået for nævnet ikke efterleves.

Stk. 2. Sekretariatet drager omsorg for inkasering af pålagte udgifter ved indhentelse af sagkyndig erklæring eller betalte gebyrer, jf. § 9, stk. 8.

§ 11. Nævnsafdelingens formand kan beslutte, at en sag, hvori afgørelse er truffet, eller forlig er indgået, skal genoptages, hvis særlige grunde taler herfor, herunder navnlig i tilfælde af:

- 1) lovligt forfald hos en part, som ikke har ytret sig i sagen,
- 2) nye oplysninger, som – hvis de havde foreligget under behandlingen – må antages at ville have medført et andet udfald af sagen.

§ 12. Afgørelser, der er af principiel karakter eller i øvrigt må antages at have almindelig interesse kan offentliggøres ved nævnets foranstaltning.

§ 13. Forretningsudvalget træffer afgørelse om godkendelse af private klage- og ankenævn,

jf. lovens § 12, og behandler generelle spørgsmål vedrørende klagesagers behandling i forbrugerklagenævnet, herunder

- 1) spørgsmål om indstilling til Industriministeriet om Forbrugerklagenævnets virksomhedsområde,
- 2) retningslinjerne for udvælgelse af nævnsmedlemmer og for deres deltagelse i behandlingen af de enkelte sagskategorier,
- 3) spørgsmål om henlæggelse af behandlingen af visse klager til en nævnsafdeling, hvor der alene deltager et medlem af formandskabet og 2 nævnsmedlemmer, der repræsenterer forbruger- og erhvervsinteresser, således at disse er ligeligt fordelt,
- 4) spørgsmål om bemyndigelse til sekretariatet til udover de i § 7, stk. 2, nr. 1–4, nævnte tilfælde at afvise klager, der ikke skønnes egnede til behandling ved nævnet, eller hvori det må anses for åbenbart, at der ikke kan gives forbrugeren medhold, jf. lovens § 7.
- 5) spørgsmål om fastlæggelse af retningslinjer for pålæggelse og inddrivelse af udgifter og gebyrer, jf. lovens § 9, stk. 3.

Stk. 2. Forretningsudvalget er beslutningsdygtigt, når nævnets formand og mindst 2 medlemmer repræsenterende såvel forbruger- som erhvervsinteresser er til stede. Er et forretningsudvalgsmedlem, der repræsenterer erhvervs- eller forbrugerinteresser, forhindret i at deltage i et møde, tilfalder dette medlems stemme det tilstedeværende forretningsudvalgsmedlem, der repræsenterer henholdsvis erhvervs- eller forbrugerinteresser. Beslutning træffes ved almindelig stemmeflerhed.

Stk. 3. Forretningsudvalget indkaldes af formanden efter behov. Formanden skal dog indkalde forretningsudvalget snarest muligt, hvis mindst 2 medlemmer skriftligt fremsætter begæring herom.

§ 14. Nævnets formand kan bemyndige en næstformand eller Forbrugerstyrelsen til at handle på sine vegne.

§ 15. Bekendtgørelsen træder i kraft den 1. september 1989. Samtidig ophæves bekendtgørelse nr. 412 af 10. april*) 1982 om forretningsorden for Forbrugerklagenævnet.

Industriministeriet, den 10. august 1989

NILS WILHJELM

/ Vincentia Meisling

*) I henhold til rettelseslisten til Lovtidende indføjes følgende rettelse:
Den korrekte tekst skal være »juli«.

Bekendtgørelse om forbrugerklagenævnets virksomhedsområde

I medfør af § 2 og § 3, stk. 2, i lov om Forbrugerklagenævnet, jf. lovbekendtgørelse nr. 282 af 10. maj 1988 af lov om Forbrugerklagenævnet, fastsættes:

§ 1. Klager fra private forbrugere vedrørende varer eller arbejds- og tjenesteydelser, der hidrører fra offentlig virksomhed, kan indbringes for forbrugerklagenævnet, såfremt de vedrører:

- 1) Levering af el, gas, vand og varme.
- 2) Person- og godstransport.

§ 2. Klager fra forbrugere vedrørende varer eller arbejds- og tjenesteydelser, for hvilke vederlaget udgør 20.000 kr. eller derunder, dog mindst 500 kr., og som hidrører fra privat virksomhed, kan indbringes for forbrugerklagenævnet. Klager vedrørende køb af motorkøretøjer kan dog indbringes for nævnet, når vederlaget udgør 50.000 kr. eller derunder, dog mindst 500 kr.

Stk. 2. Nævnets formand kan i særlige tilfælde se bort fra den i stk. 1 nævnte undergrænse på 500 kr.

§ 3. Klager kan ikke indgives af offentlige myndigheder og offentlige institutioner.

Stk. 2. Fra bestemmelsen i § 2, stk. 1, gælder yderligere følgende undtagelser:

- 1) maskiner, instrumenter, værktøj o.lign., der benyttes erhvervsmæssigt, bestanddele og tilbehør hertil samt arbejds- og tjenesteydelser, herunder leje, vedrørende dette materiel; dog bortset fra maskiner og tekniske anlæg til kontor og butiksbrug,

- 2) bygningsmaterialer, og nybygnings-, ombygnings-, vedligeholdelses-, moderniserings-, reparations- og rengøringsarbejde vedrørende fast ejendom,
- 3) bestanddele og tilbehør til fast ejendom, samt arbejds- og tjenesteydelser vedrørende det nævnte, dog bortset fra husholdningstekniske hjælpemidler, tæpper, persenner og lign.,
- 4) leje af fast ejendom eller dele heraf,
- 5) arbejder og leverancer i bygge- og anlægsvirksomhed, for hvilke Almindelige Betingelser udfærdiget af ministeriet for offentlige arbejder finder anvendelse,
- 6) a) motorkøretøjer, der hovedsageligt anvendes erhvervsmæssigt, biler med en egenvægt på 2000 kg og derover, traktorer, jordbrugsredskaber, campingvogne, påhængsvogne o.lign.,
b) bestanddele og tilbehør til motorkøretøjer og til de under a. nævnte varer,
c) arbejds- og tjenesteydelser, herunder leje, vedrørende motorkøretøjer og de under a. og b. nævnte varer,
- 7) både, bestanddele og tilbehør hertil samt arbejds- og tjenesteydelser, herunder leje, vedrørende både,
- 8) nærings- og nydelsesmidler,
- 9) lægemidler m.v.,
- 10) håndknyttede tæpper, antikviteter, kunstgenstande og andre samlere objekter samt arbejds- og tjenesteydelser vedrørende det nævnte,
- 11) arbejds- og tjenesteydelser, der hidrører fra liberale erhverv under forudsætning af, at virksomheden udøves i medfør af en videregående, offentlig anerkendt uddannel-

se eller en offentlig autorisation eller beskikkelse, herunder ydelser fra læger, tandlæger, dyrlæger, arkitekter, rådgivende ingeniører, ejendomsmæglere, dispachører, skibs- og varemæglere, revisorer, translatører og tolke,

- 12) tandteknikervirksomhed, terapeutvirksomhed o.lign. personbehandlingsvirksomhed, der udøves i henhold til en offentlig autorisation eller på grundlag af en videregående offentlig anerkendt uddannelse,
- 13) ydelser vedrørende pengevæsen og forsikring, og
- 14) arbejds- og tjenesteydelser inden for det sociale område og undervisningsområdet, dog bortset fra fjernundervisning.

§ 4. Klager vedrørende varer eller arbejds- og tjenesteydelser på områder, for hvilke der findes godkendte private klage- og ankenævn, jf. lovens § 12, eller på områder, på hvilke der i lovgivningen er foreskrevet en særlig klageadgang, jf. lovens § 3, kan ikke indbringes for forbrugerklagenævnet.

Stk. 2. Forbrugerklagenævnet offentliggør ved hvert kalenderårs begyndelse en oversigt over de i medfør af lovens § 12 godkendte private klage- og ankenævn.

§ 5. Bekendtgørelsen træder i kraft den 1. januar 1989. Samtidig ophæves bekendtgørelse nr. 544 af 10. december 1985.

Industriministeriet, den 15. december 1988

HENNING DYREMOSE

/ Boesgaard

De særlige regler i retsplejeloven om forbrugersager

§ 335a. Personer, der opfylder betingelserne i § 330, stk. 1, nr. 2, har fri proces i følgende tilfælde:

- 1) Forbrugeren i sager, der indbringes af den pågældende for at få opfyldt en afgørelse, som er truffet af forbrugerklagenævnet eller af et klage- eller ankenævn, der er godkendt af forbrugerklagenævnet, eller et forlig, som er indgået for et af disse nævn.
- 2) Forbrugeren i sager, der indbringes af modparten med påstand om ændring af en af de i nr. 1 nævnte afgørelser eller forlig til skade for forbrugeren.
- 3) Den anden part i sager om en advokats vederlag, der indbringes af den pågældende for at få opfyldt en afgørelse, som er truffet af en kredsbestyrelse eller af advokatnævnet.
- 4) Den anden part i sager om en advokats vederlag, som advokaten indbringer med påstand om ændring af en kredsbestyrelses eller af advokatnævnets afgørelse til skade for den anden part.

Stk. 2. Uanset bestemmelsen i § 333 betales eventuelle omkostninger til modparten af statskassen.

¹⁾ § 361. Anmoder en forbruger om, at en sag, der kan indbringes for forbrugerklagenævnet eller et klage- eller ankenævn, der er godkendt af forbrugerklagenævnet, må blive behandlet ved det pågældende nævn, udsætter retten sagen på ubestemt tid og sender den til nævnet. Dette gælder dog ikke, hvis det må anses for åbenbart, at der ikke kan gives forbrugeren medhold i klagen, eller hvis sagen ikke skønnes egnet til behandling ved nævnet.

Stk. 2. Anmodning om nævnsbehandling efter stk. 1 skal så vidt muligt fremsættes i 1. retsmøde eller såfremt sagen forberedes skriftligt i svarskriftet. Anmodning kan fremsættes mundtligt til retsbogen. Sagsøgte behøver ikke afgive svarskrift, såfremt anmodningen fremsættes rettidigt. Retten kan, hvis særlige omstændigheder taler derfor, tage hensyn til en anmodning, der fremsættes senere end angivet i 1. pkt., men dog inden domsforhandlingens begyndelse.

Stk. 3. Forbrugeren skal gøres bekendt med muligheden for nævnsbehandling.

Stk. 4. Ønsker en af parterne behandlingen ved retten fortsat efter, at nævnet har truffet afgørelse i sagen, eller efter, at der er indgået forlig for nævnet, skal han indlevere stævning til den ret, hvor sagen oprindelig er anlagt. Han anses herefter som sagsøger. I henseende til beregning af procesrente, afbrydelse af frister for sagsanlæg og afbrydelse af forældelse anses sagen for anlagt ved det oprindelige sagsanlæg, medmindre den pågældende part ikke har fremmet sagen behørigt.

¹⁾ § 361, stk. 1, er ændret ved lov nr. 320 af 4. juni 1986 med ikrafttræden den 1. juli 1986.

Lov nr. 267 af 26. juni 1975.

Den særlige regel i retsafgiftsloven § 9

§ 9. Der svares ingen afgift af en sag, der genoptages. Det samme gælder en sag, som indbringes for retten på ny, efter at den har været udsat og oversendt til behandling ved forbrugerklagenævnet eller et klage- og ankenævn, som er godkendt af forbrugerklagenævnet.

Stk. 2. Hæver sagsøgeren en sag, efter at den er oversendt til et af de i stk. 1, 2. pkt., nævnte nævn, kan afgiften forlanges tilbagebetalt.

Juridisk register til afgørelser fra Forbrugerklagenævnet

A	Aftaler (se under Kontrakt og Umyndighed)		
	Annoncer		
	»Gratis« pålægning af gulvtæpper	4.3.7.	side 93
	Køb af knallert. Uklar annonce. Accept af pris. Ikke krav på at få udbetalt rabat	4.6.1.	side 101
	Ansvarsfraskrivelse		
	Køb på bilauktioner. Hæfter auktionsfirmaet for køberens mangelskrav?	1.2.	side 9
	Opbevaring af bohaver. Ansvarsbegrænsning for indtrufne skader på møbler. Brancheforenings almindelige betingelser tilsidesat, da de ikke var en del af den indgåede aftale. Aftalelovens § 36	4.9.6.	side 113
	Arbejds- og tjenesteydelse (se under Tjenesteydelse)		
	Auktionskøb		
	Hæfter auktionsfirmaet for køberens mangelskrav?	1.2.	side 9
B	Betaling		
	Ombytning af sofahynder på grund af mangler. Inden ombytningen blev hynderne ødelagt af mus. Ødelæggelsen var en hændelig begivenhed. Købelovens § 57 og § 58	4.5.2.	side 98
	Betalingskort		
	Bevisbyrdeproblemer m.v. i forbindelse med misbrug af Dankortet	1.1.	side 7
	Benyttelse af Dankort, udstedt af Postgiro, i egen Dankortterminal. Betalingskortlovens anvendelsesområde	3.3.1.	side 72
	Bortkomst af kontokort. Spørgsmål om hæftelse for uberettiget brug	4.12.1.	side 117

Bevisbyrde

Bevisbyrdeproblemer m.v. i forbindelse med misbrug af Dankort 1.1. side 7

Erhvervsdrivendes brug af Postgiro Dankort i egen terminal. Betalingskortlovens anvendelsesområde 3.3.1. side 72

Bevisbyrden for, at det opkrævede beløb ikke svarer til forbrugte telefonsamtaler påhviler normalt forbrugeren.
Det blev ikke anset for godtgjort, at der trods høje samtaledebiteringer var grundlag for at nedsætte regningsbeløbet 4.2.1. side 88

Bevisbyrden for, at et køb havde fundet sted hos indklagede, var løftet ved, at forbrugeren kunne forevise kopi af check og fremvise øvrige varer købt i forretningen, også selv om checken lød på et væsentligt højere beløb end prisen på den vare sagen drejede sig om 4.3.5. side 92

Bevisvurdering. Oplysning om at en brudekjole kunne blive ren efter rensning. Erstatningsansvar. Købet hævet 4.3.6. side 93

Forbrugeren kunne ikke dokumentere, at der var reklameret over mangler inden rimelig tid efter, at hun var blevet opmærksom på disse 4.5.1. side 97

Køb af brugt bil. Aftalt tilbagetagelse. Spørgsmål om krav på eventuel restfordring. Bevisbyrde 4.8.4. side 108

Tobaksafvænningskur. Bevisbyrden for, at der foreligger forhold, der medfører garantibortfald, hviler på sælgeren 4.12.3. side 118

Branchekutymer

Opbevaring af bohaver. Ansvarsbegrænsning for indtrufne skader på møbler. Brancheforenings almindelige betingelser tilsidesat, da de ikke var en del af den indgåede aftale. Aftalelovens § 36 4.9.6. side 113

E

Erstatning i kontrakt

Bevisbyrdeproblemer m.v. i forbindelse med misbrug af Dankort	1.1.	side	7
Erhvervsdrivendes brug af Postgiro Dankort i egen terminal. Betalingskortlovens anvendelsesområde	3.3.1.	side	72
I forbindelse med flytning indgik ejeren af et virksomhedstelefonnummer en særaftale med telefonselskabet om at reservere det eksisterende telefonnummer med henblik på senere genoprettelse på ny adresse. Forbrugeren fik erstatning, da telefonselskabet ensidigt uden opsigelse af særaftalen havde givet det reserverede telefonnummer til en anden abonnent	4.2.2.	side	88
Indleveringsstedet kunne ikke gøres ansvarlig for skader forvoldt af engrosrenseriet	4.3.1.	side	90
Solidarisk hæftelse for brudekjole, der blev vasket i strid med aftalen, men i overensstemmelse med behandlingsanvisningen .	4.3.2.	side	90
Bevisvurdering. Oplysning om at en brudekjole kunne blive ren efter rensning. Erstatningsansvar. Købet hævet	4.3.6.	side	93
Flyselskab ansvarlig for bortkommet kuffert. Erstatningsansvar trods regreskrav fra klagerens forsikringsselskab	4.9.4.	side	112
Et flyttelæs blev ikke bragt ud, hvorfor forbrugeren fik flyttevederlaget tilbagebetalt samt erstatning for beskadigelse af godset og erstatning i øvrigt for skader forvoldt af flyttefolkene	4.9.5.	side	112
Opbevaring af bohave. Ansvarsbegrænsning for indtrufne skader på møbler. Brancheforenings almindelige betingelser tilsidesat, da de ikke var en del af den indgåede aftale. Aftalelovens § 36	4.9.6.	side	113
Bortkomst af kontokort. Spørgsmål om hæftelse for uberettiget brug	4.12.1.	side	117

F**Farlige egenskaber**

(se under Produktansvar)

Forbrugeraftalelov

(Lov om visse forbrugeraftaler. (Dørsalg m.v., postordresalg og løbende tjenesteydelser))

Køb af gardiner fra en gardinbus var omfattet af lov om visse forbrugeraftaler 4.3.3. side 91

Værtinde ved homepartysalg hæftede ikke for de tilstedeværende gæsters køb 4.3.11. side 95

En socialrådgivers abonnement på »Sociale Love« ansås at være omfattet af forbrugeraftaleloven. Opsigelsesperiodens længde 4.11.1. side 115

Forbrugerklagenævnsloven

Annoncering med salg af hvidevarer i lokalannoncer fandtes at have et sådant omfang, at sælger blev anset for erhvervsdrivende i forbrugerklagenævnslovens forstand

4.1.7. side 84

Forbruger køb

(se tillige under Køb)

Køb af en PC ansås som et forbruger køb . . 4.1.1. side 79

Bofællesskaber og kollektiver var berettiget til at få udført service på hårde hvidevarer efter FEHA-serviceordningen. Fortolkning af udtrykket »til privat brug« 4.1.8. side 85

Kamerakøb ophævet, da sælger havde lovet, at apparatet ikke gav »røde øjne«, uagtet at dette var et generelt problem for apparater af denne type 4.7.1. side 102

G**Garanti**

Betaling for transport af tørretumbler til værksted. Garanti fortolket i overensstemmelse med principperne i købelovens § 78 og Forbrugerombudsmandens retningslinier

4.1.4. side 81

Bofællesskaber og kollektiver var berettiget til at få udført service på hårde hvidevarer efter FEHA-serviceordningen. Fortolkning af udtrykket »til privat brug« 4.1.8. side 85

»Gratis« pålægning af gulvtæpper 4.3.7. side 93

	Garantien på vandmadras kunne gøres gældende, selv om identifikationsmærket var fjernet	4.5.4.	side 99
	Køb af briller. Mangler. Aftalt garantiperiode	4.7.3.	side 104
	Tobaksafvænningskur. Bevisbyrden for, at der foreligger forhold, der medfører garantibortfald, hviler på sælgeren	4.12.3.	side 118
K	Kommission		
	Køb på bilauktioner. Hæfter auktionsfirmaet for køberens mangelskrav?	1.2.	side 9
	Konto- og kreditkort (se under Betalingskort)		
	Kontrakt		
	<i>I. Kontraktens indgåelse</i>		
	Køb på bilauktioner. Hæfter auktionsfirmaet for køberens mangelskrav?	1.2.	side 9
	Aftale om returnering af afgift på videomaskiner i forbindelse med afgiftsættelse i januar 1989	4.1.2.	side 79
	En aftale indgået af en elev i forretningen er bindende for forretningsindehaveren. Aftalelovens § 10, stk. 2	4.1.9.	side 86
	Bevisbyrden for, at et køb havde fundet sted hos indklagede, var løftet ved, at forbrugeren kunne forevise kopi af check og fremvise øvrige varer købt i forretningen, også selv om checken lød på et væsentligt højere beløb end prisen på den vare sagen drejede sig om	4.3.5.	side 92
	Fejlmærkning med for lav pris kunne ikke gøres gældende overfor forretningen. Aftalelovens § 39, 2. pkt.	4.3.8.	side 94
	Kamerakøb ophævet, da sælger havde lovet, at apparatet ikke gav »røde øjne«, uagtet at dette var et generelt problem for apparater af denne type	4.7.1.	side 102

Aftalt ret til ombytning af briller med progressive glas til bifocale glas. Spørgsmål om udbetaling af prisdifferencen. Dissens . . .	4.7.4.	side 105
Køb af flybillet. Forbrugeren måtte selv bære risikoen for manglende udnyttelse af en billet påstemplet »non endorsable« under rubrikken »restrictions«	4.9.2.	side 110
Flytransport fra udlandet af personlige effekter – dansk speditørfirma kunne ikke kræve betaling for arbejdsydelser, forbrugeren selv kunne have udført, når speditørfirmaet ikke havde oplyst forbrugeren herom	4.9.3.	side 110
Opbevaring af bohavede. Ansvarsbegrænsning for indtrufne skader på møbler. Brancheforenings almindelige betingelser tilsidesat, da de ikke var en del af den indgåede aftale. Aftalelovens § 36	4.9.6.	side 113
Mangler ved koncert	4.10.1.	side 114
Abonnement på Årbogen »Horisont«. Forbrugeren havde i en årrække ikke fået fremsendt årbøger og skrivelser fra forlaget. Han fritoges for at aftage flere årbøger og løstes fra abonnementet	4.11.2.	side 116
 II. <i>Ugyldighed</i>		
III. <i>Aftalevilkår på standardkontrakter, fakturaer, notaer el.lign; aftalelovens § 36</i>		
Abonnementsaftale vedrørende kontaktlinser. Den erhvervsdrivendes krav om fortsat abonnementsbetaling afhængig af, om forbrugeren aftog modydelsen	4.7.2.	side 103
Opbevaring af bohavede. Ansvarsbegrænsning for indtrufne skader på møbler. Brancheforenings almindelige betingelser tilsidesat, da de ikke var en del af den indgåede aftale. Aftalelovens § 36	4.9.6.	side 113
 IV. <i>Fortolkning i øvrigt af aftaler</i>		
Betaling for transport af tørretumbler til værksted. Garanti fortolket i overensstemmelse med principperne i købelovens § 78 og Forbrugerombudsmandens retningslinier . .	4.1.4.	side 81

Bofællesskaber og kollektiver var berettiget til at få udført service på hårde hvidevarer efter FEHA-serviceordningen. Fortolkning af udtrykket »til privat brug«	4.1.8.	side 85
I forbindelse med flytning indgik ejeren af et virksomhedstelefonnummer en særaftale med telefonselskabet om at reservere det eksisterende telefonnummer med henblik på senere genoprettelse på ny adresse. Forbrugeren fik erstatning, da telefonselskabet ensidigt uden opsigelse af særaftalen havde givet det reservede telefonnummer til en anden abonnent	4.2.2.	side 88
Prisoverslag var bindende for forretningen til trods for at arbejdsopgaven viste sig mere omfattende	4.3.4.	side 92
»Gratis« pålægning af gulvtæpper	4.3.7.	side 93
Køb af flybillet. Forbrugeren måtte selv bære risikoen for manglende udnyttelse af en billet påstemplet »non endorsable« under rubrikken »restrictions«	4.9.2.	side 110
En socialrådgivers abonnement på »Sociale Love« ansås at være omfattet af forbrugeraftaleloven. Opsigelsesperiodens længde	4.11.1.	side 115
Køb af en skrivemaskine og aftalt ydelse af studierabat var bindende	4.12.2.	side 118
Kreditkøb		
Køb af TV finansieret af lån fra finansieringsselskab, formidlet af sælgeren. I den konkrete situation anset for et kreditkøb. Kreditomkostningerne nedsat	4.1.10.	side 87
Køb af brugt bil. Aftalt tilbagetagelse. Spørgsmål om krav på eventuel restfordring. Bevisbyrde	4.8.4.	side 108
Køb		
<i>I. Købesum</i>		
Aftale om returnering af afgift på videomaskiner i forbindelse med afgiftnedsættelse i januar 1989	4.1.2.	side 79

Ved ombytning og ophævelse af køb af husholdningsapparater skulle betalt punktafgift godskrives forbrugerne, uanset at punktafgiften senere var bortfaldet	4.1.3.	side 80
Fejlmærkning med for lav pris kunne ikke gøres gældende over for forretningen. Aftalelovens § 39, 2. pkt.	4.3.8.	side 94
Prisstigning på garn, der var lagt til side. Klageren havde krav på at købe garnet til den oprindeligt aftalte pris	4.3.9.	side 95
Garantien på vandmadras kunne gøres gældende, selv om identifikationsmærket var fjernet	4.5.4.	side 99
Køb af knallert. Uklar annonce. Accept af pris. Ikke krav på at få udbetalt rabat	4.6.1.	side 101
Aftalt ret til ombytning af briller med progressive glas til bifocale glas. Spørgsmål om udbetaling af prisdifferencen. Dissens ...	4.7.4.	side 105
Køb af en skrivemaskine og aftalt ydelse af studierabat var bindende	4.12.2.	side 118
 <i>II. Levering</i>		
Perioden mellem levering og omlevering ikke lang nok til at statuere forsinkelse med leverancen. Misligholdelse fra den erhvervsdrivendes side indebar dog ophævelse af købet med fradrag for brug	4.5.6.	side 99
Køb af brugt bil – mangler – hændelig begivenhed. Risikoovergang. Købelovens § 58	4.8.2.	side 107
Abonnement på Årbogen »Horisont«. Forbrugerens havde i en årrække ikke fået fremsendt årbøger og skrivelser fra forlaget. Han fritoges for at aftage flere årbøger og løstes fra abonnementet	4.11.2.	side 116
 <i>III. Ophævelse. Omlevering. Forholdsmæssigt afslag. Afhjælpning</i>		
Køb på bilauktioner. Hæfter auktionsfirmaet for køberens mangelskrav?	1.2.	side 9
Betaling for transport af tørretumbler til		

værksted. Garanti fortolket i overensstemmelse med principperne i købelovens § 78 og Forbrugerombudsmandens retningslinier	4.1.4.	side 81
BRITA-vandfilterkande. Afgivelse af sølv til drikkevandet i kanden ansås ikke for en mangel.	4.1.5.	side 82
Stereo-farve TV og stereo-videomaskine kunne ikke modtage stereoprogrammer fra TV2	4.1.6.	side 83
Annoncering med salg af hvidevarer i lokalannoncer fandtes at have et sådant omfang, at sælger blev anset for erhvervsdrivende i forbrugerklagenævnslovens forstand	4.1.7.	side 84
Solidarisk hæftelse for brudekjole, der blev vasket i strid med aftalen, men i overensstemmelse med behandlingsanvisningen .	4.3.2.	side 90
Bevisvurdering. Oplysning om at en brudekjole kunne blive ren efter rensning. Erstatningsansvar. Købet hævet	4.3.6.	side 93
Sweater af uld, købt i en sportsforretning til skiløb, skal være egnet til sportsbrug	4.3.13.	side 97
Ombytning af sofahynder på grund af mangler. Inden ombytningen blev hynderne ødelagt af mus. Ødelæggelsen var en hændelig begivenhed. Købelovens § 57 og § 58	4.5.2.	side 98
Marmorbordplade savnede en væsentlig brugsegenskab, da den ikke kunne tåle det tryk, der udøves, når man støtter sig til pladen. Ombytning	4.5.5.	side 99
Sofaer med mangler. Klageren ønskede ikke at acceptere Forbrugerklagenævnets forligsforslag om, at sælgeren foretog afhjælpning som anvist af nævnets sagkyndige. Klageren kunne herefter ikke hæve købet. Købelovens § 79	4.5.7.	side 100
Kamerakøb ophævet, da sælger havde lovet, at apparatet ikke gav »røde øjne«, uagtet at dette var et generelt problem for apparater af denne type	4.7.1.	side 102

	Køb af briller. Mangler. Aftalt garantiperiode	4.7.3.	side 104
	Køb af brugt bil – mangler. Caveat emptor. Generelt forbehold, købelovens § 77, stk. 1	4.8.1.	side 106
	Ophævelse af køb af brugt diesel-bil – sælgers vejledningspligt	4.8.3.	side 107
	Køb af brugt bil – monteret træk ikke godkendt ved syn – krav om forholdsmæssigt afslag. Tilsidesættelse af generelt forbehold. Købelovens § 77, jfr. § 76, stk. 1, nr. 3	4.8.5.	side 109
	IV. <i>Erstatning</i> (se under Erstatning i kontrakt)		
	V. <i>Produktansvar</i> (se under Produktansvar)		
L	Levering (se under Køb II og Tjenesteydelse II)		
	Luftfartsloven Flyselskab ansvarlig for bortkommet kuffert. Erstatningsansvar trods regreskrav fra klagerens forsikringsselskab	4.9.4.	side 112
M	Moms (merværdiafgift) Prisoverslag var bindende for forretningen til trods for at arbejdsopgaven viste sig mere omfattende	4.3.4.	side 92
O	Ombytningsret Ved ombytning og ophævelse af køb af husholdningsapparater skulle betalt punktafgift godskrives forbrugerne, uanset at punktafgiften senere var bortfaldet	4.1.3.	side 80
P	Passivitet Forbrugeren kunne ikke dokumentere, at der var reklameret over mangler inden rimelig tid efter, at hun var blevet opmærksom på disse	4.5.1.	side 97

	Abonnement på Årbogen »Horisont«. Forbrugeren havde i en årrække ikke fået fremsendt årbøger og skrivelser fra forlaget. Han fritoges for at aftage flere årbøger og løstes fra abonnementet	4.11.2.	side 116
	Bortkomst af kontokort. Spørgsmål om hæftelse for uberettiget brug	4.12.1.	side 117
	Produktansvar		
	Bevisbyrden for, at et køb havde fundet sted hos indklagede, var løftet ved, at forbrugeren kunne forevise kopi af check og fremvise øvrige varer købt i forretningen, også selv om checken lød på et væsentligt højere beløb end prisen på den vare, sagen drejede sig om	4.3.5.	side 92
R	Reklamation		
	Forbrugeren kunne ikke dokumentere, at der var reklameret over mangler inden rimelig tid efter, at hun var blevet opmærksom på disse	4.5.1.	side 97
	Returret		
	Returret på vandsenge omfattede ikke lagen og rullemadras. Returneringsgebyr kunne ikke kræves	4.5.3.	side 98
T	Tjenesteydelser		
	<i>I. Pris for tjenesteydelsen</i>		
	Prisoverslag var bindende for forretningen til trods for at arbejdsopgaven viste sig mere omfattende	4.3.4.	side 92
	»Gratis« pålægning af gulvtæpper	4.3.7.	side 93
	Krav om betaling for indhentning af tilbud/måltagning	4.3.10.	side 95
	Flytransport fra udlandet af personlige effekter – dansk speditørfirma kunne ikke kræve betaling for arbejdsydelser, forbrugeren selv kunne have udført, når speditørfirmaet ikke havde oplyst forbrugeren herom	4.9.3.	side 110
	Et flyttelæs blev ikke bragt ud, hvorfor for-		

brugeren fik flyttevederlaget tilbagebetalt samt erstatning for beskadigelse af godset og erstatning i øvrigt for skader forvoldt af flyttefolkene	4.9.5.	side 112
--	--------	----------

II. *Forsinkelse med præstation af ydelsen*

III. <i>Ophævelse. Nedslag i prisen. Afhjælpning</i> Bevisbyrden for, at det opkrævede beløb ikke svarer til forbrugte telefonsamtaler på hviler normalt forbrugeren. Det blev ikke anset for godtgjort, at der trods høje samtaledebiteringer var grundlag for at nedsætte regningsbeløbet	4.2.1.	side 88
--	--------	---------

Indleveringsstedet kunne ikke gøres ansvarlig for skader forvoldt af engrosrenseriet	4.3.1.	side 90
--	--------	---------

Ompolstring af en sofa. Det leverede stof havde en anden nuance end den stofprøve, der blev forevist ved bestillingen	4.3.12.	side 96
---	---------	---------

Forholdsmæssigt afslag i prisen for et rejsearrangement, idet forbrugeren og hans familie blev indlogeret på et andet hotel end det bestilte, hvis egenskaber han havde lagt vægt på	4.9.1.	side 109
--	--------	----------

Et flyttelæs blev ikke bragt ud, hvorfor forbrugeren fik flyttevederlaget tilbagebetalt samt erstatning for beskadigelse af godset og erstatning i øvrigt for skader forvoldt af flyttefolkene	4.9.5.	side 112
--	--------	----------

Mangler ved koncert	4.10.1.	side 114
---------------------------	---------	----------

IV. *Erstatning*

(se under Erstatning i kontrakt)

U

Umyndighed

Ekspedienten i en legetøjsforretning var ikke i god tro, da han solgte for 400 kr. legetøj til to 7-årige drenge. Ugyltig aftale ...	4.6.2.	side 101
--	--------	----------