

Juridisk Årbog **2001**



Juridisk Årbog 2001

Forbrugerstyrelsen
Amagerfælledvej 56
2300 København S

Telefon: 32 66 90 00
Telefax: 32 66 91 00

E-post: fs@fs.dk
Hjemmeside: www.fs.dk

ISSN 0905-2860
ISBN 87-7408-656-1

Tryk: Nofo print as

Maj 2002



Indholdsfortegnelse:

1.	Oplysning om udvalgte sagsområder	13
1.1.	Reklamers bindende virkning	13
1.2.	Lov om forbud mod tobaksreklamer mv.	22
2.	Markedsføringsloven	25
2.1.	Lovens § 1	25
2.1.1.	Kontraktsvilkår	25
2.1.1.1.	Et aftalevilkår, hvorefter sælger i tilfælde af uberettiget annulation kan kræve, at køber betaler sælger 10% af købesummen, blev tilsidesat som urimeligt efter aftalelovens § 38 c, jf. § 36. Højesteret stadfæstede Vestre Landsrets afgørelse	25
2.1.1.2.	Forbrugerombudsmandens gennemgang af vilkår om rente- og gebyrændringer i den finansielle sektor	26
2.1.1.3.	Gennemgang af flyttebranchens standardvilkår	29
2.1.1.4.	Køb nu og få alle pengene tilbage om 10 år	30
2.1.2.	Påtrængende markedsføringsforanstaltninger	31
2.1.2.1.	Tilbud om gratis livsforsikring	31
2.1.3.	Diskriminerende markedsføring	32
2.1.4.	Inkasso	32
2.1.4.1.	God markedsføringsskik i forbindelse med inkassovirksomhed	32
2.1.5.	Negativ aftalebinding	33
2.1.5.1.	Aktuelt salg af sit kundekartotek til Politiken	33
2.1.6.	Alkohol	34
2.1.7.	Markedsføringslovens anvendelsesområde	34
2.1.8.	Samfundsmæssige hensyn	34
2.1.9.	Børn og unge	34
2.1.9.1.	Markedsføring over for unge – Et ungdoms-rejsebureaus markedsføring af ferierejser	34
2.1.9.2.	Et rejsebureaus markedsføring over for efterskoleelever	36
2.1.10.	Andet	37
2.1.10.1.	Forbrugerombudsmandens internationale samarbejde	37

2.1.10.2.	God markedsføringsskik og minimumsstandards for privatkundebehandling i pengeinstitutter	39
2.1.10.3.	Et større pengeinstituts samarbejde med en ejendomsmæglerkæde om provision ved henvisning af kunder – pengeinstitutternes rådgivning	43
2.1.10.4.	Postordresalg og gebyrfri indskrivning og opbevaring af statsobligationer	45
2.1.10.5.	God markedsføringsskik ved værdipapirhandel for almindelige, private investorer	46
2.1.10.6.	Bedre forbrugerbeskyttelse ved private forsikringer i Danmark	50
2.1.10.7.	Brugen af vis-nummer funktionen til udsendelse af regninger	51
2.1.10.8.	Praksis for opkrævning af kontrolafgifter i forbindelse med parkering	52
2.1.10.9.	Forbrugerombudsmandens kritik af DSB's kompensation til pendlere på Kystbanen og Øresundsbanen	54
2.1.10.10.	Telefonisk markedsføring	55
2.1.10.11.	Forbrugerombudsmandens tilsyn med internettet	55
2.1.10.12.	Markedsføringslovens § 6a og interessedatabaser	56
2.2.	Lovens § 2	57
2.2.1.	Vildledende angivelser	57
2.2.1.1.	Postordreselskab blev idømt en bøde på 1 million kroner for overtrædelser af markedsføringsloven	57
2.2.1.2.	Reklameidentifikation – Skjult Reklame	58
2.2.2.	Vildledende prisangivelser	71
2.2.2.1.	Forbrugerombudsmandens vejledning om prismarkedsføring, februar 2002	71
2.3.	Lovens § 3. Brugsvejledninger	82
2.4.	Lovens § 4. Garanti	82
2.5.	Lovens § 5. Forretningskendetegn	82
2.6.	Lovens § 6. Tilgift	82
2.7.	Lovens § 7. Mængdebegrænsning	83
2.7.1.	Retssag mod lavprisvarerhus for overtrædelse af forbuddet mod mængdebegrænsning	83
2.8.	Lovens § 8. Rabat	83
2.9.	Lovens § 9. Præmiekonkurrencer	83

2.9.1.	Markedsføringskampagne om auktionssalg på internettet - markedsføringslovens § 9	83
2.10.	Retningslinier	84
3.	Betalingskortloven	85
3.1.	Principielle sager	85
3.1.1.	Sikkerhedsundersøgelse af bankernes markedspladser på internettet	85
3.1.2.	On-line handel med værdipapirer – fejl i kurser	88
3.1.3.	Overtræk på forudbetalte taletidskort	89
3.1.4.	Behandling og brug af oplysninger fra kreditkort	91
3.2.	Dispensationer	92
3.2.1.	Ansøgning om dispensation fra lov om visse betalingsmidler til et hospitals telefonsystem	92
3.2.2.	Kvitteringskravet ved telefoner	94
4.	Prismærkningsloven	97
4.1.	Administrationen generelt	97
4.1.1.	Prismærkningslovens regler om skiltning med organiseret rabat	97
4.1.2.	Undersøgelse af befolkningens kendskab og holdning til organiseret rabat	97
4.1.3.	Aftale med Finansrådet om pengeinstitutters prisoplysninger på internettet	98
5.	Produktsikkerhed	101
5.1.	Produktsikkerhedsloven	101
5.1.1.	Konkrete projekter	101
5.1.1.1.	Projekt om gyngestativer	101
5.1.1.2.	Regulering af tekstilers brændbarhed	101
5.1.1.3.	Samarbejde med Forbrugerinformation om test	102
5.1.2.	Konkrete afgørelser	104
5.1.2.1.	Brandslukningsmiddel på sprayflaske – manglende overholdelse af aftale om frivillig tilbagetrækning	104
5.1.2.2.	Fitness-ribbe og efterfølgende klage over Forbrugerstyrelsens behandling af sagen	105
5.2.	Sikkerhedskrav til legetøj og levnedsmiddelefterligninger	105
5.2.1.	Legetøjsbekendtgørelsen	105

5.2.2.	Konkrete projekter	106
5.2.2.1.	Nordisk projekt om advarsler på internettet	106
5.2.3.	Konkrete afgørelser	106
5.2.3.1.	Er et splattergevær legetøj?	106
5.2.3.2.	Hvilken aldersgruppe henvender en dukke sig til?	107
5.2.3.3.	Er bondegårdsdyr beregnet til børn under 3 år?	107
5.2.3.4.	Farlige fløjter i slikpose	108
5.3.	Ændring af produktsikkerhedsdirektivet	108
6.	Afgørelser fra Forbrugerklagenævnet af almindelig interesse	111
6.1.	Husholdningsapparater og isenkram	111
6.2.	Radio/tv mv.	112
6.3.	Computere mv.	123
6.4.	Telefoner mv.	126
6.5.	Anden elektronik	151
6.6.	El, gas, vand og varme. Diverse ydelser vedrørende fast ejendom	153
6.7.	Tekstiler og skind (beklædning og bolig)	155
6.8.	Fodtøj	160
6.9.	Møbler og boligudstyr (se også tekstiler og skind)	163
6.10.	Barnevogne, cykler, knallerter, sports- og fritidsudstyr	165
6.11.	Foto, ure, optik, smykker	165
6.12.	Motorkøretøjer	166
6.13.	Transport og flytning	168
6.14.	Musikinstrumenter, cd'er, videobånd, koncerter mv.	169
6.15.	Aviser, ugeblade, tidsskrifter, bøger	171
6.16.	Øvrige sager	171

7. Statistikker

Statistik vedrørende Forbrugerombudsmandens sager	177
--	-----

Statistik vedrørende Forbrugerklagenævnets sager	179
Forbrugerstyrelsens årsværk	181

Bilag vedr. Forbrugerombudsmanden, Forbrugerklagenævnet og Forbrugerstyrelsen

A.	Bekendtgørelse af lov om markedsføring	185
B.	Oversigt over bekendtgørelser mv., der er udstedt med hjemmel i markedsføringsloven	193
C.	Fortegnelse over Forbrugerombudsmandens gældende retningslinier, vejledninger m.m.	195
D.	Sammenskrivning af lov om visse betalingsmidler	201
E.	Oversigt over bekendtgørelser, der er udstedt med hjemmel i betalingsmiddeloven	209
F.	Bekendtgørelse af lov om Forbrugerklagenævnet	211
G.	Sammenskrivning af bekendtgørelse om Forbrugerklagenævnets virksomhedsområde	213
H.	Oversigt over øvrige bekendtgørelser, der er udstedt med hjemmel i forbrugerklagenævnetsloven og andre regler med relation til Forbrugerklagenævnet	215
I.	Bekendtgørelse af lov om mærkning og skiltning med pris mv.	217
J.	Oversigt over bekendtgørelser mv., der er udstedt med hjemmel i prismærknings- og konkurrenceloven	221
K.	Lov om produktsikkerhed	225
L.	Oversigt over bekendtgørelser mv., der er udstedt med hjemmel i produktsikkerhedsloven	231
M.	Sammenskrivning af lov om en rejsegarantifond	233
N.	Lov om forbud til beskyttelse af forbrugernes interesser	239
O.	Lov om forbud mod tobaksreklamer mv.	241

Stikordsregister til afgørelser fra Forbrugerklagenævnet	243
---	------------

Stikordsregister til øvrige afsnit	257
---	------------

1. Oplysning om udvalgte sagsområder

1.1. Reklamers bindende virkning

Indledning

Forbrugerklagenævnet og Forbrugerombudsmanden modtager ofte henvendelser fra forbrugere, der føler sig snydt, fordi en vare, der er annonceret til salg i en annonce, en tilbudsavis, på internettet eller andre reklamer, ikke er til stede i forretningen eller ikke kan købes til den annoncerede pris, eller fordi varen ikke har de egenskaber, der var lovet i reklamen. Der findes også en lang række eksempler på, at varer, der er stillet til salg i en forretning, nægtes solgt til den pris, der er anført på et prisskilt eller et prismærke.

Forbrugerklagenævnet har taget stilling til en lang række af de spørgsmål, der kan opstå i forbindelse med sådanne sager. Enkelte spørgsmål er også afgjort af domstolene. Endvidere har Peter Møgelvang-Hansen og Kaj Krüger i »*Reklamers bindende virkning – om kontraktsrettslige og markedsrettslige rettsvirkninger av reklame etter nordisk rett*« – en rapport udarbejdet for Nordisk Ministerråd i 2001 – nøje redegjort for alle de spørgsmål, der er forbundet med emnet.

I denne artikel gennemgås nævns- og retspraksis vedrørende førnævnte »tilbuds« bindende virkning, og der henvises til Forbrugerombudsmandens udtalelser vedrørende disse spørgsmål. Endvidere berøres annonceres betydning for fortolkning af aftalen og den offentligtretlige regulering. Artiklen sluttet af med nogle retspolitiske betragtninger.

Der kan i øvrigt henvises til en artikel i Juridisk Årbog 1991, side 9, om kontraheringspligt ved forbrugeraftaler.

Bindende virkning

Når man drøfter, om reklamer, prisskilte mv. har bindende virkning, tænker man på, om reklamen aftaleretligt betragtes som et tilbud, jf. aftalelovens § 1, eller kun som »en opfordring til at gøre tilbud«. I førstnævnte tilfælde vil forbrugerens blotte accept af tilbuddet medføre, at der er indgået en bindende aftale om køb af varen. I sidstnævnte tilfælde betragtes forbrugeren derimod som tilbudsgiver, når han reflekterer på annoncen, og der er således ikke indgået en bindende aftale, førend sælgeren har accepteret forbrugerens tilbud.

Efter praksis er der ikke noget entydigt svar på, om reklamer aftaleretligt skal betragtes som tilbud eller som opfordring til at gøre tilbud. Besvarelsen af spørgsmålet afhænger nemlig af, hvilken reklame der er tale om.

Tilbud i tv-reklamer, dagblade og uadresserede tilbudsaviser, kataloger, prislister mv.

Nævnspraksis synes ret entydigt at fastslå, at reklamer, der retter sig til en bred mere ubestemt kreds af mulige aftagere, ikke betragtes som tilbud men som »opfordring til at gøre tilbud«.

Fra nævnets praksis kan nævnes en afgørelse fra Juridisk Årbog 1991, afsnit 6.13.2, hvor nævnet fastslog, at prisoplysninger i en brochure fra DSB, der var udsendt til en større kreds, ikke gav forbrugeren sikkerhed for, at oplysningerne ikke senere var rettet, jf. købelovens § 76, stk. 2, eller dennes analogi, eller for at samtlige billetter ikke var udsolgt, hvorfor forbrugeren ikke kunne påregne, at hans accept af at købe en bestemt weekend-billet til den annoncerede pris i sig selv ville være tilstrækkelig til at bringe en aftale i stand.

En anden sag er refereret i Juridisk Årbog 1998, afsnit 6.9.7. I en tv-reklame blev det oplyst, at man næste dag kunne købe dyner til 50 kr. i en bestemt butikskæde. På billedet sås hvide og mønstrede dyner. Af reklamens tekst fremgik det, at tilbuddet gjaldt hvide og mønstrede dyner. Såvel af teksten som af reklamens speak fremgik det, at dynerne kostede 50 kr. uanset førpris.

En forbruger havde henvendt sig for at købe seks dyner for 50 kr. pr. stk. Dette afviste den erhvervsdrivende, idet tilbuddet angiveligt kun omfattede nogle tynde dyner, der før havde kostet op til 149 kr. og nu var nedsat til 50 kr. Forbrugeren betalte under protest 500 kr. pr. stk. og indbragte herefter sagen for Forbrugerklagenævnet med krav om tilbagebetaling af prisdifferencen på 2.700 kr.

Nævnet udtalte, at det fandt, at tv-reklamen var vildledende, men at *det var nævnets principielle opfattelse, at prisangivelser i annoncer, reklamer og kataloger, som er rettet mod en større kreds, som udgangspunkt må betragtes som opfordring til at afgive tilbud og ikke som bindende tilbud, som giver alle, der får kendskab til annoncen mv., krav på at købe varen til den annoncerede pris. Dette beror bl.a. på, at den, som får kendskab til en annonce mv., ingen sikkerhed har for, at oplysningerne ikke senere vil blive ændret, jf. herved købelovens § 76, stk. 2, hvorefter køberen ikke kan påberåbe sig en urigtig eller vildledende oplysning, der er blevet rettet senest ved indgåelsen af aftalen om købet, ligesom den pågældende ingen sikkerhed har for at få mulighed for at købe varen, inden den er udsolgt. Prisannoncer er derfor ikke i almindelighed egnede til at skabe en berettiget forventning om, at den blotte accept af den annoncerede pris i sig selv vil være tilstrækkelig til at bringe en aftale i stand.*

Den af sagen omhandlede tv-reklame beskriver dernæst ikke dynernes art og kvalitet og er derfor også af denne grund ikke umiddelbart egnet til at danne grundlag for indgåelse af en aftale, hvilket ligeledes taler imod, at reklamen skulle have egentlig tilbuds-virkning.

Nævnet fandt herefter ikke, at prisoplysningen i tv-reklamen kunne betragtes som et bindende tilbud, og da den erhvervsdrivende straks ved forbrugerens henvendelse og inden købsaftalens indgåelse havde oplyst forbrugerens om dynernes rette pris, kunne forbrugerens ikke støtte ret på den vildledende prisoplysning i reklamen.

I en afgørelse refereret i Juridisk Årbog 2000, afsnit 6.16.2 tog nævnet stilling i en sag, der adskiller sig fra den førnævnte derved, at tilbuddet vedrørte en helt specifik genstand. I denne sag havde en erhvervsdrivende reklameret med kø-tilbud i en husstandsomdelt reklame. Blandt kø-tilbudene var een nøje specificeret plæneklipper. En forbruger, der ønskede at købe maskinen, stillede sig i køen som nummer 5. Det var uomtvistet, at ingen af de 4 foranstående ønskede at købe græsslåmaskinen. Da en ekspedient skrev kundernes ønsker op, meddelte han forbrugerens, at græsslåmaskinen ved en fejl var blevet solgt dagen før til fuld pris.

3 nævnsmedlemmer fandt med samme begrundelse som i »dyne-sagen« ikke, at annoncen kunne betragtes som et tilbud og gav derfor ikke forbrugerens medhold.

2 nævnsmedlemmer udtalte, at når henses til, at der var tale om annoncering af en specifik plæneklipper, hvor art, kvalitet og pris udtrykkeligt var angivet, og som solgtes til den første i køen på et specifikt tidspunkt, kunne en forbruger ved at stille sig forrest i køen få en berettiget forventning om, at han kunne købe varen til den anførte pris. Disse nævnsmedlemmer fandt derfor, at den pågældende annonce var et bindende tilbud, og da der ikke var sket berigtigelse senest samtidig med tilbuddets fremsættelse, burde forretningen have forsøgt at fremskaffe en tilsvarende græsslåmaskine eller have solgt forbrugerens en af tilsvarende kvalitet.

Sagen blev af Forbrugerrådet under ordningen »Forbrugerens principalsager« indbragt for Vestre Landsret (Sag nr. B-0976-01). Under sagens behandling ved landsretten kom det frem, at ekspedienten havde noteret forbrugerens ønske om køb af plæneklipperen uden at gøre opmærksom på, at den var solgt dagen før. Dette var ikke kendt under Forbrugerklagenævnets behandling af sagen. Landsretten fandt under disse omstændigheder, at forbrugerens, ved den erhvervsdrivendes notering af forbrugerens ønske om at købe maskinen, havde fået en berettiget forventning om, at han havde købt maskinen. Da græsslåmaskinen ikke længere kunne fremskaffes, blev den erhvervsdrivende pålagt at betale forbrugerens erstatning. Allerede fordi der var indgået en bindende aftale ved den erhvervsdrivendes notering af forbrugerens ønske, tog Landsretten ikke stilling til, om denne langt mere specifikke annonce måtte anses for et »tilbud«, der havde bindende virkning.

Tilbud i forretninger

Efter både rets- og nævnspraksis synes det utvivlsomt, at prisskiltning af varer, der er udstillede i en forretning, skal opfattes som tilbud i aftaleretlig forstand. Beslutter forbrugerens at købe varen, in-

den fejlen er rettet, er der indgået en bindende aftale. Det kan dog have en vis betydning, at fejlen bliver rettet straks, hvis fejlen ikke kan henføres til den erhvervsdrivendes personale.

Nævnet har derimod ikke taget stilling til tilfælde, hvor der fx på en udendørs plakat eller lignende reklameres for konkrete varer.

Den banebrydende afgørelse vedrørende dette spørgsmål er UFR 1985.877 H. En Fona-forretning havde i et udstillingsvindue placeret 5 ens fjernsynsapparater. Tre af apparaterne stod i en søjle ovenpå hinanden, og på det øverste apparat var anbragt et prisskilt med angivelse af en kontantpris på 1.695 kr. Et kort stykke derfra stod 2 tilsvarende fjernsynsapparater, der ifølge prisskiltet kostede 5.421 kr. Tre unge mennesker, der havde set udstillingsvinduet en aften, besluttede sig for at købe hver et apparat til 1.695 kr. Næste morgen ved åbningstid kom den ene af dem til forretningen, hvor han fotograferede søjlen med de tre apparater. Den unge mand indfandt sig herefter i forretningen for at købe apparaterne til 1.695. Forretningens personale nægtede imidlertid at sælge til denne pris, idet de straks gjorde opmærksom på, at der var tale om en fejl. Sagen blev herefter indbragt for retten. De 7 dommere i Højesteret var enige om, at prisskiltningen i sig selv var et tilbud og ikke en »opfordring til at gøre tilbud«. 5 dommere fandt imidlertid, at den unge mand, havde indset eller burde have indset, at der forelå en fejltagelse, jf. aftalelovens § 32, stk. 1, idet han inden han indfandt sig i forretningen havde fotograferet udstillingsvinduet. Flertallet frifandt derfor forretningen for påstanden om at sælge apparaterne til den skilte pris. Mindretallet fandt ikke, at den unge mand havde været i ond tro, og fandt heller ikke, at aftalelovens § 39, 2. punkt var anvendelig i den konkrete situation, idet detailkøbere generelt ikke kan antages at have indrettet deres økonomi på et bestemt køb, før det er gennemført, hvorfor reglen i en situation som den foreliggende ikke burde kunne anvendes til at fritage sælger fra et tilbud, som han ellers er bundet af. Disse to dommere stemte derfor for at give forbrugeren medhold i kravet om at købe varerne til den skilte pris.

Forbrugerklagenævnet har i en række sager taget stilling til om prisskiltning kan anses for at være et tilbud i aftaleretlig forstand: Sagerne refereret i Juridisk Årbog 1992, s. 158, og i Juridisk Årbog 1996, afsnit 6.10.2 og afsnit 6.9.1, angik alle varer, der var stillet til salg i et udstillingsvindue til en pris, der som følge af en fejl fra sælgerens side viste sig at være forkert. Nævnet fandt i alle tilfælde, at prisskiltningen af den konkrete vare måtte anses for et egentligt tilbud.

I en sag refereret i Juridisk Årbog 1992, s.156, var en sofas pris angivet på et loftskilt. Prisen var imidlertid forkert, og den rigtige pris fremgik af et hængemærke på sofaen. Under henvisning til, at forbrugeren straks efter accepten var gjort opmærksom på fejlen, fandt nævnet ikke, at sælgeren var bundet af aftalen, jf. aftalelovens § 39, 2. pkt. Nævnet lagde endvidere vægt på, at forbrugeren ikke havde indfundet sig i forretningen for at købe netop denne sofa til

den fejlagtigt angivne pris. Begrundelsen for anvendelsen af § 39, stk. 2 er imidlertid ikke i overensstemmelse med mindretallets udtalelse i U 85.877 H.

I en sag refereret i Juridisk Årbog 1990, s. 94, ønskede en forbruger at købe et par bukser, der både var mærket med prisen 469 kr. og påklistret et mærke med prisen 299 kr. Forbrugeren fik det indtryk, at bukserne kunne købes for 299 kr., men forretningens personale oplyste, at prismærket formentlig stammede fra en anden vare, og at det måtte være faldet af og ved en fejl eller lignende blevet påklistret de pågældende bukser. Nævnet udtalte, at *prismærkning af en vare er et tilbud, der som udgangspunkt er bindende for forretningen, men at betingelsen herfor må være, at fejlmærkningen med sikkerhed kan henføres til forretningens personale*. I den pågældende sag, hvor det blev lagt til grund, at kunderne i et vist omfang betjente sig selv, og hvor fejlen ikke med sikkerhed kunne henføres til forretningens personale, og hvor prisoplysningen blev rettet straks ved forbrugers henvendelse, fandt nævnet ikke, at den erhvervsdrivende var bundet af aftalen, jf. aftalelovens § 39, 2. pkt. 2.

Postordresalg: Personligt adresserede tilbud og tilbud i kuponhæfter

Hvis en erhvervsdrivende i et personligt adresseret markedsføringsmateriale eller i en e-mail fremsætter konkrete tilbud til forbrugeren om salg af varer eller ydelser, kan adresseringen tale for, at henvendelsen må anses for et egentligt tilbud og ikke en opfordring til at gøre tilbud. Der kan dog være omstændigheder, der gør, at dette alligevel ikke er tilfældet. Der ses ikke at være praksis vedrørende dette spørgsmål. Se Juridisk Årbog 1993-94, afsnit 18.7.6., hvor nævnet mente, at et skriftligt tilbud stilet til et bestemt medlem af en børneklub var bindende for afsenderen.

Husstandsdelte kuponhæfter giver ofte forbrugeren mulighed for at bestille varer eller ydelser ved at returnere en kupon. Kuponhæfterne er ikke stilet til en bestemt person. Da de typisk udsendes til en større mere ubestemt kreds af forbrugere, er det nærliggende at antage, at det vil blive anset for en »opfordring til at gøre tilbud«. Imod dette taler, at kuponen kan skabe en forventning om, at returneringen af denne er tilstrækkelig til at indgå en bindende aftale med den erhvervsdrivende. Der ses ikke at være nævnspraksis vedrørende dette spørgsmål.

Reklamerings på internettet

Reklamerings på internettet vil typisk ske på en af to måder:

Mest almindeligt er det nok, at den erhvervsdrivende annoncerer for specifikke varer og samtidig gør det muligt for forbrugeren direkte via hjemmesiden at bestille de pågældende varer. Det kan imidlertid også tænkes, at den erhvervsdrivende annoncerer med

varer, som forbrugeren kan købe ved at henvende sig i den erhvervsdrivendes forretning.

Det sidstnævnte tilfælde har flest lighedspunkter med annoncering i tilbudsaviser mv. Tilbudene rettes til en bred kreds af mulige aftagere, og forbrugeren har ingen sikkerhed for at få mulighed for at købe varen, inden den er udsolgt. Det er derfor mest nærliggende at antage, at sådanne annoncer vil blive betragtet som »opfordring til at gøre tilbud«.

I egentlige »internetbutikker« stiller den erhvervsdrivende forskellige konkrete varer til salg og giver samtidig forbrugeren mulighed for at købe/bestille varen. Ved at stille en bestillingsfunktion til rådighed for forbrugerne giver den erhvervsdrivende forbrugeren en berettiget forventning om, at der er tale om et bindende tilbud, som kan accepteres af forbrugeren med den virkning, at der er indgået en aftale. Samtidig er den erhvervsdrivende fuldt ud herre over, hvilke (pris)oplysninger der gives, og det er teknisk muligt at fjerne tilbuddet, når der ikke længere er varer nok til at imødekomme efterspørgslen. På den måde ligner reklamering med konkrete tilbud på nettet i høj grad tilbud på konkrete varer i en forretning. Mads Bryde Andersen nævner i *IT-retten*, 2001, s. 759, at det er hans opfattelse, at udgangspunktet er, at hjemmeside-udbud af varer må betragtes som et tilbud og ikke en »opfordring til at gøre tilbud«.

Forbrugerklagenævnet har i en sag taget stilling til, om et tilbud på internettet har bindende virkning (j.nr. 2001-4012/7-1077): En forbruger havde via en hjemmeside bestilt et videokamera, der blev annonceret til salg til en pris af 6.001 kr. Samme dag blev ordren bekræftet elektronisk med angivelse af et ordrenummer og leveringsbetingelser. 4 dage senere meddelte den erhvervsdrivende, at ordren var slettet, idet der var oplyst en forkert pris.

Forbrugeren indbragte sagen for nævnet med påstand om, at den erhvervsdrivende skulle levere kameraet til den tilbudte pris. Den erhvervsdrivende oplyste, at ordrebekræftelsen sker automatisk, og at han, lige så snart ordren kom i menneskehånd, opdagede, at der var begået en fejl. Han oplyste endvidere, at priser hos moderne e-handelsfirmaer typisk hentes fra en database, som er flettet sammen med informationer fra forskellige grossister og lignende. Fejl kan derfor opstå, uden at nogen har tastet en forkert pris. I det konkrete tilfælde havde grossisten tastet et forkert produktnummer, hvorved computeren selv matchede det bestilte videokamera til 17.000 kr. med prisen for et stillbillede kamera til ca. 6.000 kr. Den erhvervsdrivende gjorde endvidere gældende, at der var taget forbehold for trykfejl, og at forbrugeren måtte have været vidende om, at der var tale om en forkert pris.

Nævnet udtalte følgende: »På baggrund af de foreliggende oplysninger i sagen anser nævnet indklagedes annoncering på inter-

¹ Pr. 1. april 2001 havde 12.104 personer ladet sig registrere på »Robinsonlisten«.

² Pr. 1. april var prisen for at modtage listen mellem 62,50 kr. og 275 kr. afhængigt af det valgte medie.

nettet for et tilbud, som er accepteret af klageren. Indklagede har endvidere efterfølgende bekræftet ordren samt tilsendt klageren en oplysning om leveringstiden. Henset hertil er det endvidere nævnets opfattelse, at indklagede ikke har godtgjort, at klageren på trods af den betydelige prisforskel på den angivne pris på indklagedes hjemmeside og den korrekte pris, indså eller burde have indset, at prisen var fejlagtig angivet, jf. aftalelovens § 32, stk. 1«.

Nævnet bestemte, at den erhvervsdrivende skulle levere kameraet til forbrugeren til den lovede pris eller alternativt udbetale forbrugeren differencen mellem den aktuelle pris og den lovede pris.

Forbrugerombudsmanden har i øvrigt i »Forbrugerombudsmandens rapport om handel og markedsføring på internettet«, afsnit 5.11, udtalt, at det er hans klare opfattelse, at annoncering på internettet – i hvert fald i egentlige internetbutikker, hvor der er etableret en aftalefunktion – må betragtes som egentlige tilbud. Rapporten kan læses på Forbrugerstyrelsens hjemmeside på adressen www.fs.dk.

Betydningen af forbehold

Den erhvervsdrivende kan i et vist omfang sikre sig mod at blive forpligtet til at sælge i overensstemmelse med fejlagtige angivelser på hjemmesider og i andet markedsføringsmateriale ved at tage forbehold.

Disse forbehold skal imidlertid være en del af aftalen, dvs. at de skal fremgå klart og iøjnefaldende, og de skal være kommet til køberens kundskab, inden tilbuddet er accepteret.

Endvidere vil den erhvervsdrivende kun kunne påberåbe sig forbeholdet, hvis det er relevant i forhold til den situation, der er opstået se nedenfor om »græsslåmaskinesagen«.

Endelig kan det næppe udelukkes, at et forbehold kan blive tilsidesat som urimeligt efter aftalelovens regler om urimelige aftalevilkår. Fx vil meget generelle forbehold, som forbehold for trykfejl eller for at varen er udsolgt, muligvis efter en konkret vurdering kunne tilsidesættes.

Der ses ikke i Juridisk Årbog, at være afgørelser, der klart belyser denne situation. Nævnet forudsætter dog, at der kan tages forbehold se fx Juridisk Årbog 1987, afsnit 3.9.6. og 3.10.1.

I den ovenfor nævnte sag om køb af et videokamera på internettet havde den erhvervsdrivende gjort gældende, at der var taget forbehold for trykfejl. Nævnet har ikke taget stilling til denne indsigelse og har tilsyneladende blot set bort fra den. Det fremgår af sagens bilag, at forbeholdet ikke var særligt fremhævet, men fremgik af pkt. 2 »priser« i de almindelige betingelser. Det fremgår, at betingelserne er sendt til forbrugeren sammen med ordrebekræftelsen. Forbrugeren havde tilsyneladende ikke fået denne oplysning forud for bestillingen.

I »græsslåmaskinesagen« havde sælgeren bl.a. gjort gældende, at han ikke var forpligtet i henhold til tilbuddet, idet der var taget forbehold for udsolgte varer. Vestre Landsret udtalte i dommen:

»Plæneklipperen kan endvidere ikke anses for omfattet af reklame-avisens forbehold om udsolgte varer.« Det må antages, at landsretten hermed mener, at forbeholdet kun vedrører den situation, at græsslåmaskinen eller andre varer er solgt til andre kunder i tilbudsperioden til den tilbudte pris.

Reklamers betydning for fortolkning af aftalen og mangelsbedømmelsen

At en reklame, jf. det ovenfor anførte, ikke »har bindende virkning«, skal ikke forlede nogen til at tro, at en reklames oplysninger aldrig binder den erhvervsdrivende. Når der først er indgået en aftale, uden at reklamens oplysninger er rettet, er reklamens oplysninger bindende og dermed afgørende for vurderingen af, hvad parterne har aftalt med hensyn til varens eller ydelsens pris og egenskaber.

Se fx Juridisk Årbog 1996, afsnit 6.10.1., hvor en kikkert i et katalog var annonceret til salg til 765 kr. Da forbrugeren indfandt sig i forretningen for at købe kikkerten, havde man ikke den pågældende kikkert, som var temmelig speciel. Det blev aftalt, at forretningen skulle skaffe kikkerten hjem. Da kikkerten kom, viste det sig, at prisen var dobbelt så høj som aftalt, nemlig 1.450 kr. Nævnet udtalte, at der var indgået en bindende aftale om køb af kikkerten til 765 kr. Der var ikke godtgjort omstændigheder, som nævnt i aftalelovens § 32, stk. 1, og heller ikke § 39 fandt anvendelse.

Også ved levering af tjenesteydelser er tjenesteyderen bundet af en annonces oplysninger, hvis de ikke er blevet rettet senest ved aftalens indgåelse. Se fx Juridisk Årbog 1997, afsnit 6.2.8.

Se endvidere Juridisk Årbog 1995, afsnit 6.5.4., hvor den vare, der var afbildet i en reklamebrochure, ikke svarede til den leverede. Forbrugeren opdagede først fejlen, da han kom hjem og pakkede varen ud. Sælgeren nægtede at tage plæneklipperen tilbage under henvisning til, at der var taget forbehold for trykfejl. Nævnet fandt, at sælgeren var bundet af annoncens oplysninger, som ikke var berigtiget senest ved aftalens indgåelse. Forbrugeren kunne derfor forlange at få en vare svarende til den afbildede med de nævnte specifikationer til den angivne kampagnepris.

Har varen ikke de egenskaber, der er lovet i annoncen eller reklamen, fremgår det af købelovens § 76, stk. 1, nr. 2, jf. nr. 1 sammenholdt med § 76, stk. 2, at den må anses for mangelfuld. § 76, stk. 1, nr. 2 har følgende ordlyd: Der foreligger en mangel ved salgsgenstanden, hvis ... »sælgeren eller tidligere salgsled har givet oplysninger som nævnt i nr. 1 på varens indpakning, i annoncer eller andre meddelelser, der er beregnet til at komme til almenhedens eller køberens kundskab.«

Fra Forbrugerklagenævnets praksis kan nævnes en sag refereret i Juridisk Årbog 1991, afsnit 4.8.1., hvor en annonces (urigtige) oplysning om, at en brugt bil havde kørt 76.000 km, ikke var blevet rettet senest samtidig med aftalens indgåelse. Endvidere kan næv-

nes Juridisk Årbog 1992, side 146, hvor et tv-apparat blev anset for mangelfuldt, fordi det ikke indeholdt en »picture in picture«- funktion, som var lovet i en brochure.

Den offentligretlige regulering

Hvis en annonce eller andet markedsføringsmateriale indeholder forkerte prisoplysninger eller andre urigtige eller vildledende oplysninger om en vare, kan dette udgøre en overtrædelse af markedsføringslovens § 2, som er strafsanktioneret. § 2 forbyder brug af urigtige, vildledende eller urimeligt mangelfulde angivelser eller fremgangsmåder, der er egnet til at fremme omsætningen af varer eller ydelser.

Den oven for beskrevne sag, hvor dyner blev annonceret til salg via en tv-reklame, blev indbragt for Sø- og Handelsretten af Forbrugerombudsmanden. Sø- og Handelsretten fandt, at annonceringen udgjorde en overtrædelse af markedsføringslovens § 2 og idømte virksomheden en bøde på 125.000 kr. Et referat af sagen kan læses i Juridisk Årbog 2000, afsnit 2.2.2.2.

Et andet eksempel er Sø- og Handelsrettens dom gengivet i UFR 1993.346. Her blev en virksomhed blandt andet dømt for overtrædelse af markedsføringslovens § 2, idet en afbildet printer ikke kunne erhverves til den anførte pris, da arkføder og printhoved ikke fulgte med i købet.

Retspolitiske betragtninger

I den tidligere nævnte rapport om reklamens bindende virkning fra Nordisk Ministerråd peger udrederne på, at der er et behov for at styrke markedsføringsrettens forbud mod vildledende reklame. Erfaringer med den offentligretlige sanktionering viser, at dette sanktionsmiddel ikke er tilstrækkeligt til at hindre vildledende reklame.

Udrederne foreslår derfor, at det strafbelagte forbud mod vildledende reklame suppleres af en civilretlig sanktionering i form af en »bordet fanger« løsning. Det vil sige en regel, der medfører erstatningsansvar for annoncører af vildledende reklame, i det omfang en forbruger har lidt et tab eller har haft udgifter i begrundet tillid til, at aftalen kunne indgås på grundlag af reklamens oplysninger.

Udrederne foreslår at følgende nye bestemmelser indsættes i markedsføringsloven:

»§ A. Misvisende eller vildledende reklame medfører erstatningsansvar for annoncøren i overensstemmelse med de almindelige erstatningsregler, i det omfang reklamen påfører forbruger tab eller udgifter i begrundet tillid til, at aftalen kunne indgås på grundlag af reklamens oplysninger. Er forbrugeren påført væsentlig ulempe har forbrugeren desuden krav på en godtgørelse.

§ B En aftaleparts oplysninger i reklamer anses for en del af aftalen med forbrugeren, medmindre det kan antages, at oplysningerne har været uden betydning for forbrugers vurdering af aftalens fordelagtighed.

Stk. 2. Stk. 1 gælder tilsvarende om oplysninger i reklamer, som hidrører fra et tidligere salgsled, eller fra nogen, der har handlet for aftaleparten.

Stk. 3. Stk. 1 og 2 gælder ikke, hvis oplysningerne er rettet i tide på en tydelig måde.

§ C. Reklame, der som led i markedsføringen af varer og tjenester er rettet til almenheden, anses for et aftaleretligt bindende tilbud for annoncøren, hvis en forbruger på grund af reklamens indhold, udformning eller andre omstændigheder ved reklamen har haft rimelig grund til at tro på reklamens bindende virkning.

Stk. 2 Reklame som nævnt i stk.1 tilbagekaldes ved en lignende meddelelse til almenheden.»

Forbrugerombudsmanden har tidligere gjort Erhvervsministeriet opmærksom på problemet med, at reklamer civilretligt ikke betragtes som et tilbud, men kun som en opfordring til at gøre tilbud, således at forbrugerne kun i begrænset omfang kan støtte ret på et reklameudsagn.

Det er Forbrugerombudsmandens opfattelse, at den traditionelle opdeling i offentlig ret og privatret svækker en effektiv håndhævelse af markedsføringslovens forbud mod vildledende reklame til skade for forbrugerne.

Hvis forbrugere skal kunne have tillid til, at de oplysninger, som de modtager i reklamerne, er korrekte, er det af afgørende betydning, at forbrugerne får mulighed for at støtte ret på de informationer, som de forsynes med gennem reklamer.

Forbrugerombudsmanden har i skrivelse af 4. september 2001 til Erhvervsministeriet tilkendegivet, at han støtter forslaget i ovennævnte rapport om at indføre en » bordet fanger« regel i markedsføringsloven og anbefaler ministeriet at søge lovgivning herom gennemført.

1.2. Lov om forbud mod tobaksreklamer mv.

Lov om tobaksreklamer mv. trådte i kraft 1. januar 2002. Loven hører under sundhedsministerens ressortområde. Efter lovens § 6 fører Forbrugerombudsmanden tilsyn med lovens overholdelse.

Med loven er der indført et fuldstændigt forbud mod reklamer for tobaksvarer, dog med få undtagelser som er anført i lovens § 3. Endvidere fremgår det af loven, at det er forbudt at sponsorerer til fordel for tobaksvarer. For sponsoraftaler indgået før den 13. december 2000 træder forbuddet dog først i kraft den 1. juli 2003.

Oprindeligt skulle loven implementere Europaparlamentets og Rådets direktiv 98/43/EF af 6. juli 1998 om indbyrdes tilnærmelse af medlemsstaternes love og administrative bestemmelser om reklame for tobaksvarer og sponsorering til fordel for disse. Direktivet blev imidlertid annulleret ved EF-domstolens dom af 5. oktober 2000 (C-376/98). Begrundelsen herfor var, at fællesskabslovgiver ikke havde kompetence til at vedtage direktivet i henhold til traktatens artikel 100 A (nu artikel 95), artikel 57, stk. 2 (nu artikel 47, stk. 2) og artikel 66 (nu artikel 55).

I bemærkningerne til lovforslaget er det blandt andet anført, at formålet med et forbud mod tobaksreklamer er at begrænse de sundhedsskader, som brug af tobak medfører.

Forbrugerombudsmandens tilsyn består i at foretage en vurdering af eventuelle klager. Såfremt Forbrugerombudsmanden vurderer, at der er tale om overtrædelse af forbuddet mod tobaksreklamer, vil Forbrugerombudsmanden anmelde forholdet til politiet med anmodning om, at der bliver indledt en straffesag, jf. § 7. Forbrugerombudsmanden kan også tage sager op af egen drift.

Loven er optrykt under årbogens bilag. (1999-121/1-434)

2. Markedsføringsloven

2.1. Lovens § 1

2.1.1. Kontraktsvilkår

2.1.1.1. Et aftalevilkår, hvorefter sælger i tilfælde af uberettiget annulation kan kræve, at køber betaler sælger 10% af købesummen, blev tilsidesat som urimeligt efter aftalelovens § 38 c, jf. § 36. Højesteret stadfæstede Vestre Landsrets afgørelse

Forbrugerombudsmanden biintervenerede i en sag, hvor en forbruger var blevet stævnet af en bilforhandler, fordi han uberettiget havde annulleret en aftale om køb af en brugt bil. Forhandleren krævede under henvisning til slutsedlens standardvilkår, at forbrugeren betalte ham 10% af købesummen (inklusive moms, registreringsafgift og leveringsomkostninger).

Såvel Forbrugerklagenævnet, der først behandlede sagen, som Vestre Landsret, der behandlede sagen i 1. instans, fandt at aftalevilkåret var urimeligt og fritog forbrugeren for betaling af det opkrævede beløb. Den erhvervsdrivende kunne heller ikke forlange erstatning på andet grundlag, da han ikke havde dokumenteret, hvilket tab han havde lidt. Forbrugerklagenævnets afgørelse kan læses i Juridisk Årbog 1999, afsnit 6.12.1., og Vestre Landsrets afgørelse er refereret i Juridisk Årbog 2000, afsnit 2.1.1.1.

I forbindelse med sagens behandling ved Højesteret havde den erhvervsdrivende fremlagt dokumentation for dækningssalg af bilen. Højesteret stadfæstede Vestre Landsrets afgørelse. Tre dommere udtalte: »Vi tiltræder af de grunde, der er anført af landsretten, at der ved købekontrakten af 25. september 1997 er indgået en ubetinget aftale mellem parterne om køb af bilen, og at aftalen ikke er bortfaldet som følge af bristende forudsætninger hos køberen. Vi tiltræder endvidere, at pkt. 11 i købekontraktens almindelige bestemmelser om, at sælgeren kan kræve en standarderstatning på 10% af købesummen ved køberens uberettigede annulation, må anses for vedtaget af parterne.

Sagen vedrører køb af en brugt bil. I tilfælde af uberettiget annulation af et sådant køb vil det normalt henstå som usikkert, om sælgeren lider et tab ud fra difference- eller avancetabssynspunkter, jf. herved købelovens § 30. Vurderet i lyset heraf vil pkt. 11 i standardvilkåret ofte pålægge en brugtvognskøber, som uberettiget annullerer aftalen, at betale en uforholdsmæssig stor godtgørelse. Vilkåret må derfor tilsidesættes som urimeligt, jf. aftalelovens § 38 c, sammenholdt med § 36, jf. herved også nr. 1, litra e, i bilaget til artikel 3 i Rådets direktiv 93/13/EØF af 5. april 1993 om urimelige kontraktsvilkår i forbrugeraftaler.

Sælgeren findes ikke afskåret fra nu tillige at støtte sit krav om erstatning på dansk rets almindelige erstatningsregler. Sælgeren har vedrørende opgørelsen af tabet alene fremlagt købekontrakt vedrørende salg af bilen ca. et halvt år efter, at forbrugeren annullerede købet. Det er uoplyst, hvilke bestræbelser sælgeren har udfoldet for at søge at sælge bilen på ny. Vi finder det på denne baggrund ikke tilstrækkeligt bevist, at sælgeren har lidt et tab. Der er derfor ikke grundlag for at pålægge køberen at betale erstatning.«

3 dommerne udtalte: »Af de grunde, der er anført af landsrettens mindretal, stemmer også vi for at stadfæste dommen.«

Danmarks Automobilforhandler Forening, som havde forhandlet med Forbrugerombudsmanden om vilkårets gyldighed, meddelte efter dommens afsigelse Forbrugerombudsmanden, at vilkåret ville blive slettet fra standardkontrakten, og at man ville henstille over for medlemmerne, at de ikke påberåbte sig vilkåret i eksisterende kontrakter. (1999-521/5-140)

2.1.1.2. Forbrugerombudsmandens gennemgang af vilkår om rente- og gebyrændringer i den finansielle sektor

Sø- og Handelsrettens dom af 26. januar 1999 i »Gebyrsagen« slog fast, at bankerne kan foretage rente- og gebyrændringer, forudsat det sker med »passende varsel og med passende hensyntagen til kunden«. Dommen er omtalt i Juridisk Årbog 1998, afsnit 2.1.1.1. På denne baggrund gennemførte Forbrugerombudsmanden en større undersøgelse af, hvorvidt realkredit- og pengeinstitutterne havde revideret deres rente, bidrag og gebyrændringsklausuler i overensstemmelse med dommen.

Realkreditinstitutterne

Gennemgangen af realkreditinstitutterne foregik på baggrund af konklusionerne i Sø- og Handelsrettens dom sammenholdt med punkt 7¹ i retningslinierne om etik i realkreditinstitutter.

Forbrugerombudsmanden kunne konstatere, at alle de undersøgte realkreditinstitutter havde ændret betingelser som følge af dommen gennem generelle ændringer i aftalebetingelserne. Det fremgår således i dag i højere grad, dels i hvilke situationer bidrag og gebyrer kan ændres af realkreditinstitutterne, og dels med hvilket varsel dette sker.

¹ 7. Aftalevilkår

Realkreditinstituttet skal tilstræbe, at aftalegrundlaget er udformet således, at aftalevilkårene umiddelbart er overskuelige og let forståelige for låntageren.

Aftalevilkårene skal være udfærdiget således, at de afspejler en rimelig balance i parternes rettigheder og forpligtelser. Vilkårene skal sikre låntageren et højt beskyttelsesniveau og må ikke være mere vidtgående eller byrdefulde for låntageren, end der reelt er behov for.

Ovenstående medfører bl.a., at vilkår, der berettiger realkreditinstituttet til at ændre beregningsgrundlaget eller satserne for bidrag eller gebyrer, overordnet skal angive hvilke forhold, der kan begrunde forøget betaling fra låntagers side.

Nogle steder er der stadig for uklare og utydelige ændringsvilkår. Det væsentligste argument i sektoren for at være tilbageholdende med en yderligere præcisering af vilkårene synes at være forringet konkurrenceevne.

Forbrugerombudsmanden pegede på, at punkt 7 i retningslinierne angiver, at aftalevilkårene skal være umiddelbart overskuelige og let forståelige for låntageren, at *»vilkår, der berettiger realkreditinstituttet til at ændre beregningsgrundlaget eller satserne for bidrag eller gebyrer, overordnet skal angive, hvilke forhold der kan begrunde forøget betaling fra låntagers side«,* og *»På denne baggrund fastslås det i retningslinierne, at realkreditinstituttet kan forbeholde sig ret til at ændre beregningsgrundlaget eller satserne for bidrag eller gebyrer, når det i låneaftalen angives, hvilke forhold eller typer af omstændigheder der kan begrunde sådanne ændringer.«*

Forbrugerombudsmanden lægger vægt på tydelige og gennemskuelige betingelser, fordi forbrugerne kun kan drage nytte af den øgede konkurrence i den finansielle sektor og dermed optræde som aktive aktører på markedet, hvis de kan gennemskue, om instituttet har rimelige vilkår og overholder forretningsbetingelserne. Hertil kommer, at privatkunders adfærd har ændret sig væsentligt gennem de senere år. Planmæssig afvikling af lån i fast ejendom viger ofte til fordel for låneomlægninger, som sker for at optimere den enkelte låntagers aktuelle økonomiske situation.

Gennemgangen viste helt generelt, at realkreditinstitutterne i almindelighed ikke har samlet alle relevante forretnings- og lånevilkår i én folder eller i ét hæfte. Vigtige forretningsbetingelser står fx i prislister, på gebyrblade og lignende, hvilket er en overraskelse for mange kunder. Det fremgår da også af kommentaren til retningsliniernes punkt 7, at *»Det er derfor vigtigt, at alle væsentlige vilkår fremgår af pantebrevet, og at institutterne i øvrigt bestræber sig på at samle vilkårene i så få dokumenter som muligt.«*

Forbrugerombudsmanden pegede på det ønskelige i, at alle realkreditinstitutterne tager initiativ til en sammenskrivning af forretnings- og lånebetingelserne således, at disse så vidt muligt fremstår i deres helhed samlet i én folder eller én pjece, som forbrugeren kan gøre sig bekendt med både før og efter aftalens indgåelse. Ligesom det er naturligt, om disse kundebetingelser kan genfindes i deres helhed på realkreditinstitutternes hjemmesider.

Pengeinstitutterne

Gennemgangen af pengeinstitutterne foregik på baggrund af konklusionerne i Sø- og Handelsrettens dom sammenholdt med punkt 4² i minimumsstandarden for privatkundebehandling i pengeinstitutter. Forbrugerombudsmandens brev af 21. august 2001 vedrørende sagen kan læses på Forbrugerstyrelsens hjemmeside.

Forbrugerombudsmanden kunne konstatere, at alle de undersøgte pengeinstitutter havde ændret betingelser som følge af dommen gennem generelle ændringer i aftalebetingelserne, så det i dag i højere grad fremgår, dels i hvilke situationer rente, provision og gebyrer kan ændres af pengeinstituttet, og dels med hvilket varsel dette sker.

Nogle steder er der stadig uklarhed, fx hvor en renteændringsbetingelse er formuleret så bredt, at betingelsen i realiteten er indholdsløs.

Grunden til, at Forbrugerombudsmanden lægger vægt på tydelige betingelser, er, at forbrugerne kun kan drage nytte af den øgede konkurrence i den finansielle sektor og dermed optræde som aktive aktører på markedet, hvis de kan gennemskue, om pengeinstituttet overholder forretningsbetingelserne.

Det er Forbrugerombudsmandens opfattelse, at renteændringer uden varsel til ugunst for kunden som udgangspunkt kun er acceptable, hvis ændringerne skyldes forhold, som pengeinstituttet er uden indflydelse på, og som har betydning for instituttets rentesats. Hvis pengeinstituttet har indflydelse på ændringen og ikke giver et varsel, er ændringen vilkårlig. Hertil kommer, at der bør anvendes et princip, som betyder ændringer i en rimelig og proportionel størrelse til det forhold, som udløser forhøjelsen.

Forbrugerombudsmanden kunne konstatere, at størsteparten af de undersøgte pengeinstitutter deler hans opfattelse, at varslede ren-

2.4. Ændring af renter, gebyrer og provision

Forbehold om arbitrært at kunne ændre vilkårene i et løbende forretningsmellemværende med en forbruger må som udgangspunkt anses for stridende mod god markedsføringsskik, og det må yderligere anses for at være i strid med god markedsføringsskik at kræve at kunne håndhæve regler af denne karakter, som i praksis ikke følges. Dette følger af Sø & Handelsrettens dom fra 1999.

Forbrugerombudsmanden finder på dette grundlag at kunne fastslå, at et pengeinstitut ikke i sine almindelige forretningsvilkår, anvendte standardvilkår eller dokumenter må forbeholde sig en vilkårlig eller ubegrænset adgang til at ændre rente-, begyr- eller provisionsklausuler.

God markedsføringsskik kræver, at det i aftalegrundlaget tydeligt oplyses overfor kunden, hvilke omstændigheder eller typer af omstændigheder, der kan udløse ændringer, og sådanne ændringer må ikke være usaglige.

Vilkår om ændringer af renter, gebyrer og provisioner, skal udformes i et klart og tydeligt sprog. Vilkåret skal angive de betingelser eller situationer, som udløser ændringer, og dette skal ske på en måde, som giver kunden mulighed for efterfølgende at vurdere, om ændringerne i rente, gebyr og provision er i overensstemmelse med aftalen.

Ændringerne skal være begrundede og rimelige (proportionale) i forhold til den eller de faktorer, som udløser dem.

Meddelelse om ændringer må gives tidligst muligt og mindst med den frist, som efter forholdets og aftalens natur er mest gunstig for kunden. Brug af ingen eller kort frist anvendes alene, når ændringen er udløst af omstændigheder, som er udenfor pengeinstituttets indflydelse (fx væsentlige ændringer i penge-markedsrenten, obligationsrenten eller det generelle renteniveau).

Meddelelsen/varslet må gives til kunden ved individuelt brev, eller ved annoncering i dagspressen efterfulgt af meddelelse i det førstkomende kontoudtog. Fristens længde beregnes for den individuelle meddelelse til kunden. Ændringerne skal være tydelig markeret og fremhævet i meddelelsen. Kundens befojelser ved ændringen skal angives i meddelelsen.

teændringer til ugunst for kunden, som skyldes bankens forhold, skal ske med et tidsvarsel, som er langt nok til, at man som kunde kan indstille sig på det. I praksis betyder det, at et flertal af de undersøgte pengeinstitutter har forhøjet deres varsel fra en til tre måneder, hvorfor det må forudses, at kunderne fremover forventer og anser en sådan betingelse som rimelig.

Der har været indvendinger mod proportionalitetsprincippet som grundlag for ændringer uden varsel til ugunst for kunden. Pengeinstitutterne har bl.a. henvist til kreditaftalelovens § 15, stk. 2 og anført, at man ikke er bundet af diskontoen, selvom man dog hos flere pengeinstitutter har peget på, at man anvender et afvejnings- eller et rimelighedsprincip ved sådanne ændringer. Der har også været peget på, at renten er et konkurrenceparameter.

Forbrugerombudsmanden mener, at i de tilfælde, hvor et pengeinstitut ønsker at foretage en større uvarslet renteændring til ugunst for kunden, end hvad der følger af proportionalitetsprincippet, må banken foretage ændringen i to trin.

Første trin kan gennemføres uden varsel, hvis ændringen alene skyldes forhold, som pengeinstituttet er helt uden indflydelse på. Ønskes hertil en yderligere forhøjelse af renten ud over, hvad der følger af proportionalitetsprincippet, sker sådan ændring separat og med et varsel på mindst 6 uger vedrørende forhold, som ligger inden for pengeinstituttets indflydelse.

Totransmodellen giver både kunderne bedre mulighed for at gennemskue vilkårene og tager samtidig også højde for pengeinstitutternes argumenter.

Forbrugerombudsmandens vilkårgennemgang er et skridt på vejen mod en klargørelse af forretningsbetingelserne i finansielle virksomheder i forhold til forbrugerne. Men det er en stadig løbende proces, som fortsætter i samarbejde med branchen. (2000-2011/5-348)

2.1.1.3. Gennemgang af flyttebranchens standardvilkår

Forbrugerombudsmanden har foretaget en gennemgang af Dansk Møbeltransport Forenings standardvilkår. De flyttefirmaer, der er medlem af Dansk Møbeltransport Forening, benytter disse vilkår.

Ved gennemgangen konstaterede Forbrugerombudsmanden, at flere af vilkårene var problematiske. Dette gjaldt bl.a. vilkårene om ansvarsbegrænsning, erstatningsberegning, forbrugerens reklamationer, oplysning angående forsikringsforhold, ansvar for opbevarede genstande, værneting, regulering af tilbudspriser, flyttefirmaets tilbageholdsret i flyttegods og firmaets ret til at tvangssælge opbevaret gods. Der var tale om vilkår, som stillede forbrugeren ringere end gældende dansk ret.

Efter at Forbrugerombudsmanden havde gennemgået vilkårene, har Dansk Møbeltransport Forening rettet vilkårene til efter Forbrugerombudsmandens anvisninger.

Der resterer nu kun to punkter, som Forbrugerombudsmanden fortsat anser for problematiske.

Det ene punkt er et vilkår om ansvarsbegrænsning, hvorefter flyttefirmaet kun er ansvarlig for et kolli, hvis flere kolli omfatter effekter, der tilsammen kan betragtes som en enhed (fx et service). Erstatning kan højst andrage 50.000 kr. pr. kolli. Forbrugerombudsmanden har gjort foreningen bekendt med, at det ikke findes rimeligt, at erstatningens størrelse skal afhænge af, om effekterne er købt som et sæt, eller om forbrugeren for eksempel har købt møbler af forskelligt mærke eller to forskellige typer service.

Det andet punkt er et vilkår om, at reklamationer over synlige mangler skal ske senest 14 dage efter flytningens afslutning eller godsets udlevering. Forbrugerombudsmanden har givet udtryk for den opfattelse, at en tidsfrist på 14 dage er meget kort og vil kunne tilsidesættes som et urimeligt aftalevilkår efter aftalelovens §§ 36 og 38 c. Tidsfristen er egnet til at vildlede forbrugeren, idet en forbruger kan få den opfattelse, at det ikke er muligt at reklamere efter udløbet af 14-dages fristen. Man risikerer herved, at nogle forbrugere undlader at foretage berettigede reklamationer.

Forbrugerombudsmanden har gjort Dansk Møbeltransport Forening opmærksom på, at ovennævnte problemstillinger vil blive taget op på ny, hvis det senere viser sig, at vilkårene giver problemer for forbrugeren. (2000-510/5-6).

2.1.1.4. Køb nu og få alle pengene tilbage om 10 år

Tilbage i sommeren 1991 lanceredes inden for forskellige brancher kampagner, hvor de erhvervsdrivende i en begrænset periode tilbød efter 10 års forløb at tilbagebetale forbrugerne købesummen for en række udvalgte varer.

Ordningerne var bygget således op, at private forbrugere i forbindelse med købet fik udleveret et ansøgningsskema til indsendelse til et administrationsselskab ejet af den erhvervsdrivende. Forbrugeren modtog herefter et »garanticertifikat«, som skulle indsendes efter 10 år, hvorefter forbrugeren under overholdelse af nogle nærmere opregnede betingelser ville modtage sine penge retur.

I 2001 indtraf tiden så, hvor forbrugerne skulle indsende deres garanticertifikater, og delvis som følge af en massiv omtale heraf i pressen huskede en meget stor procentdel af forbrugerne at indsende certifikaterne inden for de angivne tidsfrister.

Desuden var et af de forsikringsselskaber, som stod bag de oprindelige koncepter i mellemtiden gået konkurs, samtidig med at de erhvervsdrivende, der skulle tilbagebetale pengene, som følge af nogle tavshedsløfter var meget lidt meddelssomme. Disse forhold førte til en bekymring for, at forbrugerne alligevel ikke ville få deres penge retur.

Forbrugerombudsmanden og Forbrugerstyrelsen har fulgt sagen tæt. Ved udgangen af januar 2002 tyder alt dog på, at de erhvervsdrivende har fået det arrangeret således, at alle forbrugere, uanset

den indtrufne konkurs, får deres penge tilbage under forudsætning af, at de har overholdt vilkårene for tilbagebetalingen. Sager, der bliver afvist, kan som udgangspunkt behandles ved Forbrugerklagenævnet. (2001-989/5-723)

2.1.2. Påtrængende markedsføringsforanstaltninger

2.1.2.1. Tilbud om gratis livsforsikring

Forbrugerombudsmanden modtog adskillige henvendelser fra forbrugere, der klagede over at have modtaget et tilbud om en gratis livsforsikring fra et forsikringsselskab.

Forbrugerne modtog i første omgang et uanmodet tilbud på deres privatadresse, hvorefter fremgik, at de havde mulighed for at tegne en livsforsikring med en forsikringssum på 5 – 10.000 kr. gratis og uden videre forpligtelser. Forsikringen ville udløbe automatisk efter et år.

Hvis forbrugerne ikke reagerede på tilbuddet, modtog de efterfølgende endnu en henvendelse fra selskabet. Det var ved et påtryk på kuerten angivet, at der var tale om en »påmindelse«, og der var angivet en svarfrist. Henvendelsen indeholdt vendinger som; »Det er ikke rart at tænke på, at ens pårørende kan komme i økonomiske problemer i en så vanskelig periode, som et dødsfald medfører«, »Vent ikke et minut længere«, »Hvis du allerede har sendt tilmeldingen ind, kan du se bort fra denne henvendelse«.

Forbrugerombudsmanden fandt, at annonceringen var i strid med markedsføringslovens § 1. Der blev her lagt vægt på, at forbrugerne havde valgt ikke at reagere på det første tilbud, hvorefter det måtte anses for anmassende på ny at kontakte dem vedrørende samme tilbud. Den omstændighed, at man havde valgt at kalde henvendelsen en påmindelse samt at opgive en svarfrist, gav endvidere forbrugerne det indtryk, at de var nødt til at svare på henvendelsen.

Det blev ligeledes anset for stridende med god markedsføringsetik, at selskabet i deres henvendelse ved hjælp af ovennævnte vendinger på en utilbørlig måde udnyttede folks angst og særlige følelser omkring død og de konsekvenser, død kan medføre for ens nærmeste.

Forbrugerombudsmanden henstillede, at selskabet ophørte med at sende den pågældende type henvendelser til forbrugere, samt at der blev udvist forsigtighed ved udformningen af fremtidige henvendelser til forbrugere vedrørende aftaler om livsforsikringer. Forsikringsselskabet har efterfølgende tiltrådt henstillingen. (2001-203/5-440)

2.1.3. Diskriminerende markedsføring

2.1.4. Inkasso

2.1.4.1. God markedsføringsskik i forbindelse med inkassovirksomhed

Forbrugerombudsmanden modtog i løbet af 2001 mange klager over særlig ét inkassofirma, som i sin virksomhed på flere punkter handlede i strid med god markedsføringsskik.

Inkassofirmaet påførte således sine inkassobreve udtryk som »Godkendt af Rigspolitichefen« og »Autoriseret af Rigspolitichefen«, og på nogle af brevene blev udtrykkene anvendt i forbindelse med ordene »Varsel om overvågning«. Endvidere sås mange eksempler på, at firmaet fortsatte inkassoinddrivelsen, uanset at forbrugerne nægtede at skylde pengene.

For så vidt angik det første problem, fremgik det klart af de mange klager, at forbrugerne på grund af de anvendte udtryk kom i tvivl, om det var inkassofirmaet, der var »godkendt af Rigspolitichefen«, eller om det var den konkrete sag og dermed kravet i sagen. Samtidig gav forbrugerne udtryk for bekymring over, hvad det ville have af konsekvenser for dem, hvis ikke de betalte regningen, og i den forbindelse om det var politiet, der overvågede dem i tilfælde af, at de ikke betalte.

De udtryk, som inkassobureauet anvendte på sine inkassobreve henviste i realiteten blot til, at firmaet havde opnået den autorisation fra Rigspolitichefen, som firmaet skulle have for at kunne udøve inkassovirksomhed.

Da offentlige autorisationer normalt bruges til at signalere tryghed, sikkerhed og kvalitet for forbrugerne, men har den modsatte virkning i en inkassosituation, vildledte de pågældende udtryk efter Forbrugerombudsmandens opfattelse forbrugerne og bidrog til, at de kunne få indtryk af, at Rigspolitichefen var involveret i sagen.

Efter Forbrugerombudsmandens opfattelse var anvendelsen af udtrykkene derfor vildledende og i strid med god markedsføringsskik, jf. markedsføringslovens § 1, og Forbrugerombudsmanden opfordrede selskabet til øjeblikkeligt at ophøre med at anvende de omhandlede udtryk.

For så vidt angik problemet med den fortsatte inkassoinddrivelse uanset forbrugernes nægtelse af at skylde pengene, anså Forbrugerombudsmanden også dette for at være i strid med god markedsføringsskik, idet et inkassofirma har pligt til at vurdere, om et krav er berettiget eller ej. Bestrides kravet, må inkassofirmaet ikke fortsætte inddrivelsen, men i stedet eventuelt anlægge en retssag for at få afgjort kravets eksistens.

I relation til netop det pågældende inkassofirma gjorde der sig det særlige forhold gældende, at de firmaer, som inkassofirmaet opkrævede pengene på vegne af, havde givet anledning til over 2.000 skriftlige klager hos Forbrugerklagenævnet, klager som stort set alle var faldet ud til, at forbrugerne havde fået medhold i, at de ikke skyldte firmaerne nogen penge.

Samtidig med at Forbrugerombudsmanden gjorde firmaet opmærksom på de ovennævnte forhold, orienterede han Rigspolitichefen herom, idet Rigspolitiet udsteder og har mulighed for at tilbagekalde inkassofirmaers autorisation.

Forbrugerombudsmanden modtog efterfølgende en orientering fra Rigspolitiet om, at man havde pålagt inkassofirmaet fremover ikke at anvende udtryk som »godkendt« og »autoriseret« af Rigspolitichefen, ligesom man havde pålagt firmaet alene at inkassere ubestridte krav. Endelig skulle firmaet fremover i højere grad specificere i inkassobrevene, hvilke krav der var tale om, og firmaet skulle på inkassopapiret oplyse en fysisk firmaadresse og ikke blot en postboksadresse. (2001-4055/5-24)

2.1.5. Negativ aftalebinding

2.1.5.1. Aktuelt salg af sit kundekartotek til Politiken

Den 6. april 2001 udkom dagbladet Aktuelt for sidste gang. For at tilbyde kunderne et alternativ solgte avisen sit kundekartotek med navne på omkring 22.000 læsere til dagbladet Politiken, som uopfordret ugen efter påbegyndte fremsendelse af avisen til Aktuelts gamle abonnenter.

Det at modtage en ny avis, som man ikke havde bestilt, blev en del forbrugere vrede over, og de klagede derfor til Datatilsynet og til Forbrugerombudsmanden.

Salget af kunderegistret gav anledning til to forskellige problemer.

Det ene var overdragelsen af personoplysninger i lyset af reglerne i lov om behandling af personoplysninger. Datatilsynet undersøgte herefter den vinkel på sagen og meldte efterfølgende Aktuelt til politiet for overtrædelse af indsigelsesproceduren i lovens § 36. Overtrædelse af denne bestemmelse er strafbelagt.

Det andet problem var i forhold til dagbladet Politiken, som via købet af kundekartoteket fik nye abonnenter ved at sende aviser til disse kunder uden på forhånd at spørge, om disse ønskede et abonnement. På samme tid tilkendegav man, at modtagerne ikke behøvede at foretage sig noget, medmindre modtagerne slet ikke havde interesse i sådan en aftale. I så fald skulle modtagerne kontakte Politiken for at sige fra og stoppe arrangementet.

Den anvendte fremgangsmåde var efter Forbrugerombudsmandens opfattelse et eksempel på negativ aftalebinding og dermed i strid med markedsføringslovens § 1. Efter dansk ret er udgangspunktet, at man skal foretage sig noget aktivt for at indgå en aftale med en anden aftalepart. Initiativet skal således udgå fra forbrugeren. Forbrugeren skal i almindelighed ikke have ulejlighed med at afværgе aftaler, som de ikke har yttret ønske om at indgå.

Politiken var ikke helt enig med Forbrugerombudsmanden, men tilkendegav, at man ikke havde nogen interesse i at levere aviser til abonnenter, som ikke ønskede avisen, hvorfor man heller ikke ville benytte negativ aftalebinding i fremtiden. (2001-4041/5-390)

2.1.6. Alkohol

2.1.7. Markedsføringslovens anvendelsesområde

2.1.8. Samfundsmæssige hensyn

2.1.9. Børn og unge

2.1.9.1. Markedsføring over for unge – Et ungdomsrejsebureaus markedsføring af ferierejser

Forbrugerombudsmanden modtog klager over et ungdomsrejsebureaus markedsføring. Selskabets rejsekatalog og selskabets hjemmeside indeholdt bl.a. oplysninger om hotel og priser, destination og forskellige aktiviteter. Blandt aktiviteterne nævntes »Pubcrawling«, »Crazy Night«, »Tøm Baren Fest«, »Beach Party med champagnecruise« m.m. Hovedattraktionerne i disse aktiviteter var fest og alkoholindtagelse. I forbindelse med »Pubcrawling« var det anført, at der sørgedes for drikkevarer i tilstrækkelige mængder, og at deltagerne besøgte de bedste barer og diskoteker i løbet af natten. I beskrivelsen af »Crazy Night« anførtes det bl.a., at der blev lagt ud med en times fri champagne og øl. Det anførtes, at der skulle drikkes, synges, danses, hoppes på tungen og frem for alt – festes! I »Tøm Baren Fest« indgik to timer med absolut fri bar med lokale mærker, og der blev mulighed for at blive ugens Fuck-up, Don Juan, Alkoholiker eller Ung Rejs Gæst. »Beach Party med champagnecruise« gik bl.a. ud på at dykke efter champagne, og der serveredes champagne under sejladserne. Senere blev der serveret grillmenu og sangria.

Beskrivelsen af disse fester var ledsaget af billeder, der viste unge til fest, hvor alkoholindtagelse indgik i en del af billederne.

I kataloget var der et billede af en ung pige, der hældte en flaske likør direkte ned i munden på en ung mand. Som en overskrift til billedet var anført en taleboble »Husk nu, at få rigeligt med væske!«. I en mindre oval var det angivet, at det var en udtalelse fra den unge mands mor.

I kataloget var der endvidere et billede af to unge mænd, der pegede i en bestemt retning. En cirkel med et glas og et sugerør skulle antyde, hvad de havde øje på. Samtidig var det i en taleboble anført: »Husk nu, at besøge de lokale seværdigheder!« I en oval var det angivet, at det var en udtalelse fra den unges mor.

Forbrugerombudsmanden meddelte selskabet, at i henhold til markedsføringslovens § 1 må der ikke foretages markedsføring, der strider mod god markedsføringsskik.

Når der er tale om markedsføring over for børn og unge, stilles der skærpede krav til opfattelsen af, hvad der er god markedsføringsskik. De erhvervsdrivende bør her vise særlige hensyn, da børn og unge er sårbare og nemt påvirkelige.

Selskabets markedsføring er, jf. selskabets navn, rettet mod unge mennesker. Til den svenske Forbrugerombudsmand, som også havde rejst en sag mod rejsebureauet, havde selskabet oplyst, at selskabets målgruppe var de 19-25-årige.

På denne baggrund meddelte Forbrugerombudsmanden, at det var hans opfattelse, at rejsebureauets markedsføring var i strid med god markedsføringsskik, jf. markedsføringslovens § 1, idet alkoholindtagelse indgår i markedsføringen af rejser og udflugter på en sådan måde, at det tilskynder og frister de unge til at indtage umådeholdne mængder af alkohol. Markedsføringen skete således uden hensyntagen til de sociale, sundhedsmæssige og forbrugermæssige aspekter, der er forbundet med alkoholindtagelse.

Forbrugerombudsmanden henviste endvidere til art. 1 i International Kodeks for Reklamepraksis, hvorefter en reklame bl.a. skal være sømmelig og hæderlig samt udarbejdes med en behørig social ansvarsfølelse.

På ovennævnte baggrund anmodede Forbrugerombudsmanden rejsebureauet om at bekræfte, at selskabet ville ændre sin markedsføring af rejser og udflugter, der er målrettet unge mennesker, således at markedsføringen ikke tilskynder til umådeholden alkoholindtagelse.

Rejsebureauet meddelte Forbrugerombudsmanden, at selskabet ikke har intentioner om at overtræde loven, og at selskabet derfor vil rette sig efter Forbrugerombudsmandens henstilling. (2001-7125-42)

Forbrugerombudsmanden behandlede senere på året en tilsvarende sag. Det fremgik af en avisartikel, at et andet ungdomsrejsebureau i sin markedsføring bl.a. fokuserede på forskellige aktiviteter på destinationerne, hvor alkoholindtagelse og fest var hovedformålet. I denne anledning bad Forbrugerombudsmanden rejsebureauet om en nærmere redegørelse for bureauets markedsføring. Samtidig orienterede Forbrugerombudsmanden om de skærpede krav til opfattelsen af, hvad der er god markedsføringsskik, jf. § 1 i markedsføringsloven, når der er tale om markedsføring over for børn og unge.

Forbrugerombudsmanden havde bl.a. bemærket sig, at rejsebureauet på bureauets hjemmeside havde en gæstebog, hvor unge mennesker bl.a. kunne skrive breve og meddelelser. Indlæggene i gæstebogen fokuserede på umådeholden alkoholindtagelse på feriestederne. Forbrugerombudsmanden gjorde rejsebureauet opmærksom på, at sådanne breve på bureauets hjemmeside efter Forbrugerombudsmandens opfattelse er en del af markedsføringen.

Forbrugerombudsmanden afsluttede sagen, idet rejsebureauet tilkendegav, at det ville overholde markedsføringsloven. (2001-7125/5-158)

2.1.9.2. Et rejsebureaus markedsføring over for efterskoleelever

Forbrugerombudsmandens opmærksomhed blev henledt på et rejsebureaus markedsføring over for efterskoleelever. Rejsebureauet skrev til efterskolernes elevråd/elevrådsformænd og tilbød rejser for efterskoleelever.

I brevene efterlyste rejsebureauet to kontaktpersoner, en dreng og en pige, for hver efterskole. Disse to elever skulle informere om bureauets rejser og dele brochurer ud og besvare spørgsmål. Ved en minimumstilmelding til rejser af 10 elever ville de to repræsentanter som tak for hjælpen få halvdelen af rejsen betalt, og ved en minimumstilmelding af 20 elever ville repræsentanterne få hele rejsen betalt.

Forbrugerombudsmanden havde også fået oplyst, at rejsebureauet henvendte sig telefonisk til efterskolerne.

Forbrugerombudsmanden oplyste over for rejsebureauet, at når der er tale om markedsføring over for børn og unge, stilles der skærpede krav til opfattelsen af, hvad der er god markedsførings-skik. Dette skyldes, at børn og unge er nemt påvirkelige og mangler erfaring og kritisk sans.

Det er Forbrugerombudsmandens opfattelse, at markedsføring på skoler, herunder på efterskoler og andre steder, hvor unge færdes i det daglige, som udgangspunkt ikke bør finde sted. Det er imidlertid op til de enkelte skolars og institutioners ledelse at tage stilling til, om de kan acceptere markedsføring og i givet fald hvilken markedsføring. Markedsføring bør derfor ikke adresseres til de unge og/eller til elevrådet og/eller elevrådsformænd. En sådan markedsføring vil efter Forbrugerombudsmandens opfattelse være i strid med god markedsføringsskik, jf. § 1 i markedsføringsloven.

Forbrugerombudsmanden tilkendegav endvidere, at det var Forbrugerombudsmandens opfattelse, at det er utilbørligt og i strid med god markedsføringsskik, jf. markedsføringslovens § 1, at udnytte børn og unge til at markedsføre en erhvervsdrivendes produkter, som det var tilfældet i rejsebureauets markedsføringskoncept. Det skyldes først og fremmest, at de unge vil have vanskeligt ved at erkende det erhvervsmæssige formål. Endvidere er der risiko for, at de unge mennesker vil bruge pression dels over for hinanden, eventuelt i form af gruppepres, og dels over for forældre og andre med henblik på at afsætte rejserne. Dette pres forstærkes af udsigten til en billig eller gratis rejse.

Forbrugerombudsmanden henviste i det hele til Forbrugerombudsmandens vejledning »Børn, unge og markedsføring«. Forbrugerombudsmanden henviste endvidere til artikel 14 i International Kodeks for Reklamepraksis, hvorefter reklamer ikke må udnytte børn og unges manglende erfaring eller godtroenhed.

For så vidt angik rejsebureauets telefoniske henvendelse til skolerne oplyste Forbrugerombudsmanden, at en sådan henvendelse var i strid med § 2 i lov om visse forbrugerftaler, hvorefter erhvervsdrivende ikke uden forudgående anmodning herom må rette

personlig eller telefonisk henvendelse til en forbruger på dennes bopæl, arbejdsplads eller andet sted, hvortil der ikke er almindelig adgang med henblik på straks eller senere at opnå tilbud eller accept af tilbud om indgåelse af aftale. Overtrædelse af denne bestemmelse kan straffes med bøde, jf. lovens § 18.

Rejsebureauet meddelte Forbrugerombudsmanden, at dette agtede at indrette sin markedsføring efter Forbrugerombudsmandens anvisninger. (2001-514/5-164)

2.1.10. Andet

2.1.10.1. Forbrugerombudsmandens internationale samarbejde

I lyset af, at verden bliver mere og mere grænseløs og særligt med udgangspunkt i internettets globale karakter, har Forbrugerombudsmanden de seneste år involveret sig en del i det internationale samarbejde med forbrugermyndigheder i andre lande.

Igennem Det Internationale Markedsføringstilsyn (IMSN), der består af forbrugermyndigheder i 29 lande verden over, herunder de nordiske lande, USA, Canada, Australien og de fleste europæiske lande, arbejder man således på flere projekter, som skal gøre det lettere at gribe ind over for virksomheder, der markedsfører sig på tværs af grænser.

For at skabe et overblik over, hvilke problemer de enkelte landes myndigheder typisk støder på, udarbejdede man i foråret 2001 et katalog over disse problemer. Kataloget, som i øvrigt er tilgængeligt på IMSN's hjemmeside, www.imsnriic.org, nævner bl.a. problemer med videregivelse af oplysninger og fuldbyrdelse af afgørelser på tværs af grænserne. IMSN-medlemmerne anser de opremsede problemer for væsentlige hindringer for, at forbrugerne trygt kan handle på tværs af grænser, og de har derfor henledt deres respektive lovgivende forsamlinger på de barrierer, der står i vejen for den gode forbrugerbeskyttelse. Herhjemme henledte Forbrugerombudsmanden erhvervsministerens opmærksomhed på problemerne.

Ny hjemmeside mod svindel på internettet

I Det Internationale Markedsføringstilsyn har man endvidere i en periode haft fokus på internethandlen og de særlige problemer for forbrugerne, der kan være forbundet hermed.

Internethandel foregår ubesværet på tværs af landegrænser, men for en forbruger, der vil klage over en dårlig behandling på internettet, har det hidtil været forbundet med stort besvær at klage på tværs af nationale grænser og markedsføringsregler. En række af IMSN-landene gik derfor i foråret 2001 sammen om at oprette en fælles database mod useriøs markedsføring på internettet. Hjemmesiden, der er tilgængelig på adressen www.econsumer.gov, består for det første af en offentlig tilgængelig side, hvor forbrugere i hele

verden kan klage online, hvis de har været i forbindelse med en internethandlende, der ikke har overholdt reglerne i forbrugerlovgivningen. Desuden kan de finde generel forbrugerinformation og adresser på de nationale organisationer, der varetager forbrugerinteresser. Hjemmesiden kan benyttes på fire sprog: spansk, tysk, engelsk og fransk. For det andet består projektet af en passwordbeskyttet side, som kun er tilgængelig for de deltagende myndigheder. Her kan medlemmerne samle og finde trends i klagerne på tværs af landegrænser med den virkning, at de lokale myndigheder effektivt og hurtigt kan gribe ind over for svindel på nettet.

Årlige sweep-dage

Igennem samarbejdet i Det Internationale Markedsføringstilsyn deltager Forbrugerombudsmanden endvidere en gang om året i en såkaldt sweep-dag, hvor organisationer og myndigheder i IMSN-landene på en given dag alle målrettet gennem søger internettet for hjemmesider, der overtræder forbrugerlovgivningen på et konkret område.

Sweep-dagen i 2001 blev afholdt i februar og havde fokus på de OECD-retningslinier for elektronisk handel, som de 28 OECD-medlemslande har tilsluttet sig. Disse retningslinier falder i god tråd med, hvad den danske forbrugerombudsmand anser for god markedsføringsskik på internettet, og de stiller bl.a. krav til oplysninger om firmaets fysiske adresse, registerpolitik og fortrydelsesret.

48 organisationer og myndigheder fra 19 lande undersøgte i alt 3.271 hjemmesider på internettet. Resultatet, såvel det internationale som det danske, var nedslående. Ud af de 37 hjemmesider, som Forbrugerombudsmandens danske jurister undersøgte, overholdt kun én hjemmeside de ti punkter, som undersøgelsen havde fokus på. Undersøgelsen viste, at der stort set var tale om de samme problemer internationalt som i Danmark.

Nordisk samarbejdsaftale

På det nordiske plan har Forbrugerombudsmanden i 2001 med de øvrige nordiske forbrugerombudsmænd indgået en samarbejdsaftale med det formål at sikre de nordiske forbrugere mod urimelig markedsføring.

Aftalen udnytter de muligheder for en mere effektiv håndhævelse, som den forbudslov, der trådte i kraft 1. januar 2001, giver myndigheder og organisationer i EU. Med loven har man fået mulighed for at føre sager og beskytte forbrugerinteresser på tværs af nationale grænser, og med forbudsloven i hånden kan den danske forbrugerombudsmand således tage til Sverige og anlægge en retssag mod et svensk firma, der ved sin markedsføring i Danmark overtræder danske forbrugerretlige regler. Da det kan være forbundet med både sproglige og procesretlige problemer at føre en retssag i

et andet land, er de nordiske forbrugerombudsmænd blevet enige om indgåelsen af den oven for nævnte samarbejdsaftale, som forpligter forbrugerombudsmændene til at føre retssager på hinandens vegne. I stedet for selv at rejse til Sverige og føre retssagen, kan den danske forbrugerombudsmand således i stedet anmode sin svenske kollega om at føre sagen for sig.

Udover bestemmelser om førelse af retssager indeholder aftalen desuden et afsnit om informationsudveksling, hvis hensigt det er at gøre det nemmere at koordinere markedsføringstilsynet på nordisk plan.

De nordiske forbrugerombudsmænd håber, at det nye samarbejde og den internationale klagedatabase www.econsumer.gov, der er omtalt ovenfor, i fællesskab kan sikre forbrugerne i Norden en langt bedre forbrugerbeskyttelse, idet de på baggrund af de klager, som indtastes i databasen i kraft af samarbejdsaftalen, kan sætte effektivt ind over for virksomheder i Norden, der volder særlige problemer.

Bliver aftalen en succes, vil den muligvis kunne danne model for en lignende aftale på EU-plan. (2001-1312/5-11)

2.1.10.2. God markedsføringsskik og minimumsstandarder for privatkundebehandling i pengeinstitutter

Forbrugerombudsmanden modtog og offentliggjorde i februar 2001 en rapport om bedre privatkundebeskyttelse inden for pengeinstitutsektoren. Rapporten er udarbejdet af to professorer ved Handelshøjskolen i København. (Rapporten kan læses på Forbrugerstyrelsens hjemmeside).

Rapporten konkluderer, at en række af de problemer, som allerede blev behandlet i en rapport fra 1990, ikke kunne anses for løst eller løst på en tilfredsstillende måde.

Rapporten dannede udgangspunkt for Forbrugerombudsmandens drøftelser med Finansrådet og Forbrugerrådet bl.a. i et forsøg på at få udstedt retningslinier efter markedsføringsloven for minimumsstandarder for aftalevilkår og god kundebehandling. Finansrådet fandt ikke belæg for at indgå i forhandlinger herom.

Det er Forbrugerombudsmandens og Forbrugerrådets erfaring, at der er et stærkt behov for at få klarlagt og præciseret samt styrket de private kunders retsstilling i forhold til pengeinstitutterne. Kundernes retsstilling er ikke, som det er tilfældet i bl.a. Norge, sikret gennem lovgiver, men hviler i høj grad alene på generel lovgivning, pengeinstitutternes egne aftaledokumenter og den praksis, som danner sig på baggrund af Pengeinstitutankenævnets afgørelser.

Forbrugerombudsmanden fandt herefter behov for at udtrykke sin opfattelse af, hvad der må betragtes som god markedsføringsskik på dette område. Dette skete i et brev af 21. august 2001 til bl.a. Finansrådet.

Det blev samtidig understreget, at disse tilkendegivelser ikke må betragtes som udtømmende for, hvad der må anses for god markedsføringsskik for kundebehandling og –vilkår, men alene kan betragtes som minimumsstandarder for pengeinstitutternes behandling af deres kunder på nogle få men centrale områder af pengeinstitutternes virksomhedsområde. Det enkelte pengeinstituts ledelse har et selvstændigt ansvar for at efterleve regler om god markedsføringsskik og i nødvendigt omfang udmønte de nedenfor gengivne principper i forholdet til sine privatkunder.

Forbrugerombudsmanden tilkendegav, at han forventede, at pengeinstitutterne indretter sig i overensstemmelse med tilkendegivelserne i forholdet til deres private kunder, og ville i det omfang dette ikke sker tage sag op efter markedsføringslovens regler.

Forinden udsendelsen havde brevet været forelagt Finanstilsynet og Konkurrencestyrelsen som et led i koordineringen af myndighedernes indsats på pengeinstitutområdet. (2001-112/5-8)

Forbrugerombudsmandens minimumsstandarder³:

1. Om retten til en indlånskonto

Retten til at få oprettet en anfordringskonto eller en almindelig indlånskonto i et pengeinstitut må i dagens Danmark for en forbruger anses for en nødvendighed. Udbetaling af løn, pension, sociale ydelser m.m. forudsætter, at personen har en konto. Et pengeinstitut må derfor medvirke til, at en forbruger kan få oprettet en sådan konto.

Pengeinstituttet må ikke uden en klar, saglig og individuel begrundelse afvise at oprette en indlåns-/anfordringskonto for en kunde.

Pengeinstituttet må indrette sin virksomhed således, at kunden har mulighed for regelmæssigt at kunne foretage indskud eller hæve fra sin indlåns/anfordringskonto uden unødigt besvær, herunder et passende antal gange inden for en måned, og uden gebyr. Det kan ikke anses for stemmende med god markedsføringsskik, at en forbruger kun mod betaling af et transaktions – eller kontogebyr kan få adgang til sit indestående på en almindelig anfordrings- eller indlånskonto.

2. Om kontogebyrer

Punkt 1 er ikke til hinder for, at pengeinstituttet har andre indlånsprodukter med varierende ydelser og services, og hvor der i givet fald beregnes et særligt gebyr e.l. for en sådan konto eller de faciliteter, der måtte være knyttet til kontoen.

³ Det bemærkes, at ved lovforslag L173 om ændring af flere af de finansielle love – fremsat af Økonomi- og Erhvervsministeren den 21. marts 2002 – foreslås en præcisering af kompetenceforholdet ved udstedelse af regler om god skik.

3. Forrentning af større indlån

Det forekommer, at typisk ældre mennesker har større kontante indeståender stående uberørt på en lavtforrentet anfordringskonto uden påviselig grund, og uden at kunden ønsker at lade sig rådgive om en alternativ placering af pengene. Kun pengeinstituttet har fordel heraf.

Pengeinstituttet må af egen drift sikre, at svage kundegrupper ikke diskrimineres, og at de får en forrentning af større indeståender – 25.000 kr. og derover – som svarer til, hvad andre med et indestående af tilsvarende størrelse og karakter (varighed, transaktionsomfang mv.) kunne opnå ved en henvendelse til pengeinstituttet.

Den nærmere udmøntning heraf, og afgrænsningen af kundegrupper, påhviler pengeinstituttet, og det må i denne forbindelse anses for stemmende med god markedsføringsskik, at pengeinstituttet af egen drift ændrer renten eller rentevilkåret til fordel for kontohaveren.

4. Ændring af renter, gebyrer og provision

Forbehold om arbitrært at kunne ændre vilkårene i et løbende forretningsmellemværende med en forbruger må som udgangspunkt anses for stridende mod god markedsføringsskik, og det må yderligere anses for at være i strid med god markedsføringsskik at kræve at kunne håndhæve regler af denne karakter, som i praksis ikke følges. Dette følger af Sø- & Handelsrettens dom fra 1999.

Forbrugerombudsmanden finder på dette grundlag at kunne fastslå, at et pengeinstitut ikke i sine almindelige forretningsvilkår, anvendte standardvilkår eller dokumenter må forbeholde sig en vilkårlig eller ubegrænset adgang til at ændre rente-, gebyr- eller provisionsklausuler.

God markedsføringsskik kræver, at det i aftalegrundlaget tydeligt oplyses over for kunden, hvilke omstændigheder eller typer af omstændigheder der kan udløse ændringer, og sådanne ændringer må ikke være usaglige.

Vilkår om ændringer af renter, gebyrer og provisioner skal udformes i et klart og tydeligt sprog. Vilkåret skal angive de betingelser eller situationer, som udløser ændringer, og dette skal ske på en måde, som giver kunden mulighed for efterfølgende at vurdere, om ændringerne i rente, gebyr og provision er i overensstemmelse med aftalen.

Ændringerne skal være begrundede og rimelige (proportionale) i forhold til den eller de faktorer, som udløser dem.

Meddelelse om ændringer må gives tidligst muligt og mindst med den frist, som efter forholdets og aftalens natur er mest gunstig for kunden. Brug af ingen eller kort frist anvendes alene, når ændringen er udløst af omstændigheder, som er uden for pengeinstituttets indflydelse (fx væsentlige ændringer i pengemarkedsrenten, obligationsrenten eller det generelle renteniveau).

Meddelelsen/varslet må gives til kunden ved individuelt brev eller ved annoncering i dagspressen efterfulgt af meddelelse i det førstkommande kontoudtog. Fristens længde beregnes for den individuelle meddelelse til kunden. Ændringerne skal være tydelig markeret og fremhævet i meddelelsen. Kundens beføjelser ved ændringen skal angives i meddelelsen.

5. Modregning

En meget stor andel af betalingsformidlingen sker i dag via pengeinstitutterne. Betalinger af regninger m.m. sker i stadigt stigende omfang gennem banken eller automatiske betalingsordninger som BetalingsService frem for via postvæsnet.

Har et pengeinstitut påtaget sig at forestå en forbrugers betalinger (*uden at have taget et klart og tydeligt forbehold om retten til at foretage modregning*), må det ikke foretage modregning i midler, som pengeinstituttet har modtaget fra kunden i forbindelse med betalingsformidlingsaftalen, og som kunden har stående på sin konto til dette formål.

6. Flytte-, opsigelses- og indfrielsesgebyrer

A. Flyttegebyrer

Af hensyn til at sikre forbrugerne valgfrihed og til fremme af konkurrencen er det centralt, at bankkunder ikke hæmmes unødigt ved et ønske om at skifte pengeinstitut. Usaglige og urimelige aftale- og omkostningsmæssige barrierer for skift til et andet pengeinstitut kan ikke anses for stemmende med god markedsføringsskik.

Det må anses for stridende mod god markedsføringsskik, at et pengeinstitut beregner sig gebyr e.l. ved flytning af sædvanlige ind- og udlånskonti eller andre transaktionskonti, herunder budgetkonti. I det omfang en flytning udløser afgifter e.l. til det offentlige, er pengeinstituttet berettiget til at kræve en sådan afgift betalt af kunden, hvis pengeinstituttet ved modtagelsen af anmodningen om en flytning har orienteret kunden (eller det modtagende pengeinstitut) herom.

Ved flytning af andre konti og opgørelse og flytning af depoter er pengeinstituttet alene berettiget til at opkræve flyttegebyr e.l., hvis dette fremgår af aftalen. Gebyret må i så fald alene dække pengeinstituttets rimelige omkostninger ved flytningen.

Opsigelses- og indfrielsesgebyrer

Efter kreditaftalelovens § 26 har en forbruger ret til at indfri sin gæld før tiden. Hvis en forbruger vælger dette, er der i kreditaftalelovens § 27 udtømmende gjort op med, hvilke omkostninger forbrugerens skal betale. Samme bestemmelse indeholder et forbud mod, at en kreditgiver kræver kreditomkostninger for den ubenyttede del af kreditten.

På denne baggrund er det Forbrugerombudsmandens opfattelse, at opkrævning af gebyr ved førtidig indfrielse af et lån eller en kredit er i strid med kreditaftalelovens regler og dermed en overtrædelse af kravet om overholdelse af god markedsføringsskik.

7. Begrundelsespligt ved opsigelse

Pengeinstituttet må ved opsigelsen af et kundeforhold, et lån eller en kredit give kunden et passende varsel og en rimelig og saglig begrundelse for, at opsigelsen kan anses for berettiget.

8. Tilbageførsel ved påstået uberettiget træk på en konto

Pengeinstituttet kan alene foretage debiteringer af, betalinger eller overførsler fra en kundes konto, hvis dette følger klart af aftalen med forbrugeren – typisk ved at kunden har givet sit (udtrykkelige eller stiltiende) samtykke hertil. Det er pengeinstituttet, der »fører kontoen«, der har rådighed over den bagvedliggende teknik, driften og vedligeholdelsen, og som vælger samarbejdspartnere, og pengeinstituttet må derfor have bevisbyrden og altid klart kunne dokumentere, at kunden har godkendt betalingen.

I tilfælde af kundens indsigelser mod en foretagen debitering, betaling eller overførsel må pengeinstituttet derfor straks tilbageføre det omtvistede beløb og kan først atter debitere kundens konto, når der er fremlagt klar dokumentation for kundens samtykke til betalingen eller overførslen. Dette gælder dog ikke, hvis kundens indsigelse straks kan afvises som klart grundløs.

2.1.10.3. Et større pengeinstituts samarbejde med en ejendomsmæglerkæde om provision ved henvisning af kunder – pengeinstitutternes rådgivning

Forbrugerombudsmanden blev i anden halvdel af 2001 opmærksom på, at et større pengeinstitut i en intern instruks havde skrevet til sine afdelings- og filialdirektører og informeret om en samarbejdsaftale med en ejendomsmæglerkæde.

Det fremgik af brevet til bankens filialdirektører, at der er tale om et tæt samarbejde mellem ejendomsmæglerkæden og bankens filialer, og at der i stort omfang sker honorering for kundeforvisninger fra mægler til bank og omvendt fra bank til mægler. I sidstnævnte tilfælde sker honorering fx ved finansiering af ejendoms-køb via banken, eller opretholdelse af kontoaftale aftales.

Udover den oven for nævnte provision til filialen og dennes »forlystelseskasse« anbefales filialdirektørerne at opsætte lokale målsætninger for, hvilke filialer og medarbejdere, som skal levere hvad. Det siges således direkte i ledelsesbrevet, at »ved at bryde tallene ned på den enkelte rådgiver, bliver målsætningen både mere overskuelig og konkret«.

Til brug for Forbrugerombudsmandens vurdering af bankens handlemåde i forhold til Forbrugerombudsmandens etiske retnings-

linier om pengeinstitutternes rådgivning, blev banken anmodet om at afgive en redegørelse.

Banken understregede i sin redegørelse, at banken lægger stor vægt på at overholde de etiske retningslinier for pengeinstitutternes rådgivning, og at en henvisning til ejendomsmæglere i ejendomsmæglerkæden kun vil ske, hvis kundens interesser herved varetages. Banken er samtidig opmærksom på den informationspligt, man har, over for kunderne efter retningsliniernes punkt 7 (om egeninteresse ved rådgivning).

Banken tilkendegav, at man havde besluttet at ændre retningslinierne for tildeling af henvisningsprovision således, at der ikke længere ville ske udbetaling af henvisningsprovision til en filials »forlystelseskasse«, men at den fulde provision vil tilfalde den filial, som har henvist ejendomssælgeren til en ejendomsmægler.

Til angivelsen »ved at bryde tallene ned på den enkelte rådgiver, bliver målsætningen både mere overskuelig og konkret« understregede banken, at der ikke var tale om, at den enkelte medarbejder modtog en andel af henvisningsprovisionen fra ejendomsmæglerkæden. Forbrugerombudsmanden udtalte, at

i retningslinierne for pengeinstitutternes rådgivning fremgår det af punkt 1 bl.a., at pengeinstitutternes rådgivning alene skal tilgode-se hensynet til den enkelte kunde. Det enkelte pengeinstitut skal sikre en etisk adfærd i afsætning af produkter og ydelser og i den hertil knyttede rådgivning. Et pengeinstitut skal, hvor det i rådgivningssituationen har en særlig interesse, oplyse herom. Udbyder man andre virksomheders produkter, skal pengeinstituttet oplyse herom, jf. retningsliniernes punkt 7.

Det er Forbrugerombudsmandens opfattelse, at bankens samarbejdsaftale med ejendomsmæglerkæden viser nogle ganske principielle problemer ved bankens ansattes rolle som både rådgiver og sælger i forhold til samme kunde. Dette sker samtidig på et område, som for den enkelte forbruger (køber/sælger) må anses for ganske kompliceret, og som økonomisk kan have konsekvenser for en meget lang periode.

Samarbejdsaftalens hensigt, indhold og formuleringer illustrerer klart det forretningsmæssige sigte, der er med aftalen og kundebe-tjeningen. Skønt banken oplyser, at der ikke har været tale om per-sonlig andel i henvisningsprovisionen for den enkelte medarbejder, viser anbefalingen om »at bryde tallene ned på den enkelte rådgiver, at »sælgerrollen« er ganske klar og personfikseret. Dette må anses for uforeneligt med samtidigt at yde en »uvildig rådgivning, der skal leve op til den standard, der må forudsættes for anerkendte og uafhængige rådgivere«, jf. punkt 1 i rådgivningsretningslinierne.

Forbrugerombudsmanden henviste endvidere til, at Forbruger-ombudsmanden tidligere har udtalt betænkelighed ved lignende ordninger under henvisning til rådgivningsretningslinierne.

I begyndelsen af 1999 tog Forbrugerombudsmanden på baggrund af avisartikler spørgsmålet om pengeinstitutternes brug af bonussystemer og lignende op til vurdering i lyset af markeds-

føringslovens regler. Der var navnlig tale om systemer, som var præstationsafhængige, og hvor den enkelte medarbejders indtjening var knyttet op til salget af produkter til kunderne.

Forbrugerombudsmanden tilkendegav i den forbindelse over for Finansrådet, at sådanne bonussystemer ikke er forenelige med de etiske retningslinier om rådgivning, da de indebar en nærliggende risiko for, at medarbejderens rådgivning påvirkes af muligheden for egen økonomisk vinding. Rådgivningen tilgodeser i så fald ikke alene kundens hensyn.

Finansrådet delte ikke Forbrugerombudsmandens betænkeligheder ved disse ordninger.

I marts 2000 udstedte Forbrugerombudsmanden en vejledning om forhandlerpræmiering. Forhandlerpræmiering er egnet til at påvirke virksomhedernes markedsføring og kan være i strid med markedsføringslovens § 1 om god markedsføringsskik, hvis præmieringen er skjult for kunderne og kan bringe usaglige momenter ind i medarbejderens betjening af kunden. Lignende synspunkter kan anføres omkring henvisningsprovision.

Banken udtalte hertil, at det er bankens vurdering, at bankens medarbejdere kan yde kunderne en rådgivning, der tilgodeser hensynet til den enkelte kundes behov og ønsker, og at man herved lever op til kravene i rådgivningsretningslinierne.

På denne baggrund indkaldte Forbrugerombudsmanden parterne bag retningslinierne (Finansrådet, Forbrugerrådet, Håndværksrådet, Finanstilsynet og Konkurrencestyrelsen) til en drøftelse og forhandling af den foreliggende problemstilling med henblik på en revision af retningslinierne.

Disse drøftelser er på nuværende tidspunkt (februar 2002) endnu ikke tilendebragt. (2001-110/5-67 og 2001-2011/5-506)

2.1.10.4. Postordresalg og gebyrfri indskrivning og opbevaring af statsobligationer

Forbrugerombudsmanden konstaterede i foråret 2001, at statens ordning med postordrehandel samt gebyrfri indskrivning og opbevaring af statsobligationer, som har eksisteret siden 1990, var bragt til ophør pr. 1. marts 2001.

Årsagen til ophøret var angivet at være den manglende balance mellem indtægter og udgifter, som var forudsat ved ordningens etablering i 1990. Dette skyldtes igen det lave renteniveau og opsparernes ændrede investeringsmønster, idet der i dag i højere grad end tidligere investeres i andre aktiver. Desuden var det angivet, at mange pengeinstitutter har kunnet nedsætte handelsomkostningerne ved opsparernes egen brug af internettet til værdipapirhandel.

Forbrugerombudsmanden og Forbrugerrådet beklagede i et fællesbrev til Finansministeriet, at ordningen ophørte, og at der end ikke havde været mulighed for at udtale sig, før beslutningen blev effektueret.

Forbrugerombudsmanden og Forbrugerrådet har anset ordningen for et praktisk og billigt alternativ til navnlig pengeinstitutternes tilbud om opsparing i værdipapirer. Dette var sidst kommet til udtryk i forbindelse med tanker om at etablere én værdipapircentral i Norden. I denne forbindelse var der fra den administrerende direktør i Værdipapircentralen peget på, at den gratis ret til et værdipapirdepot i Værdipapircentralen i henhold til aktieselskabslovens § 23 b er et særligt problem.

De to institutioner gav udtryk for, at der fortsat er et behov for en lignende ordning, fx på internettet, der er møntet på almindelige småsparere. En af årsagerne til, at den hidtidige ordning ikke har fået et omfang som forudsat, kan måske skyldes, at ordningen ikke især i de senere år er blevet markedsført på en tilstrækkelig synlig måde på posthusene.

Forbrugerombudsmanden og Forbrugerrådet opfordrede til, at der blev taget initiativ til etablering af en lignende ordning med mulighed for gebyrfri indskrivning og opbevaring. (2001-2040/5-6)

2.1.10.5. God markedsføringsskik ved værdipapirhandel for almindelige, private investorer

I Forbrugerstyrelsens Juridiske Årbog for 2000, side 63-64, er omtalt Forbrugerombudsmandens deltagelse i arbejdsgruppen for udarbejdelsen af regler for god værdipapirhandelsskik.

Efter bemærkningerne til værdipapirhandelsloven gælder markedsføringsloven fortsat for værdipapirmarkedet ved siden af værdipapirhandelsloven. Dette er begrundet i et forbrugerbeskyttelses-synspunkt, dvs. hensynet til den almindelige private investor.

Forbrugerombudsmanden har siden vedtagelsen af værdipapirhandelsloven og ophævelsen af Forbrugerombudsmandens retningslinier for handel med børsnoterede værdipapirer arbejdet på at få indført regler på området, der tilgodeser hensynet til de almindelige, private investorer.

Fondsrådet udstedte i maj 2001 bekendtgørelse om god værdipapirhandelsskik ved handel med visse værdipapirer, jf. bekendtgørelse nr. 429 af 28. maj 2001.

Efter Forbrugerombudsmandens opfattelse har bekendtgørelsen om god værdipapirhandelsskik imidlertid et for begrænset anvendelsesområde, idet bekendtgørelsen primært omhandler forhold omkring afviklingen af værdipapirhandler, ligesom den på flere væsentlige punkter ikke tager tilstrækkeligt hensyn til den almindelige private forbruger, som Forbrugerombudsmanden mener, det er tilsluttet henvisningen i bemærkningerne til markedsføringsloven. Dette indebærer efter Forbrugerombudsmandens opfattelse, at reglerne ikke sikrer den forbrugerbeskyttelsen, som må anses for nødvendig for de svageste investorer.

Forbrugerombudsmanden fandt derfor behov for i juni 2001 at fremkomme med en række uddybende principper for, hvorledes værdipapirhandlere skal forholde sig i forhold til almindelige priva-

te investorer for at leve op til markedsføringslovens krav om god markedsføringsskik, jf. markedsføringslovens § 1.

Disse principper skal betragtes som en præcisering og et supplement til reglerne i bekendtgørelsen om god værdipapirhandelsskik.

Forbrugerombudsmandens principper om god markedsføringsskik⁴:

- A. *En værdipapirhandler må efter omstændighederne sikre sig, at forbrugeren handler på et informeret grundlag, og må om fornødent på eget initiativ rådgive forbrugeren, hvis der er behov herfor.***

Handel med værdipapirer er for en almindelig forbruger typisk en sjældent forekommende begivenhed, hvor forbrugeren må antages ikke at være fortrolig med de nærmere forhold og omstændigheder omkring værdipapirhandel. Forbrugeren vil derfor normalt have behov for en række informationer både om sprogbrug og begreber, handelsformer og betingelser, og om markedet for værdipapirer. Ligeledes kan der være et behov at beskytte forbrugeren mod ukloge og letsindige dispositioner.

Behovet for information, vejledning og rådgivning er derfor typisk til stede i disse situationer – ikke blot i forbindelse med etableringen af kundeforholdet, men også ved senere ordreafgivelser. Værdipapirhandleren har efter markedsføringslovens regler pligt til at vurdere dette behov og tilbyde de fornødne informationer og den nødvendige rådgivning. Som minimum bør forbrugeren oplyses om senest handlede kurs samt aktuelle bud- og udbudspris samt muligheden for at limitere ordren.

Værdipapirhandleren må særligt ved værdipapirer, hvori der ikke løbende er handel, eller ved handel med unoterede papirer, henlede forbrugeren opmærksomhed på usikkerheden og risiciene ved sådanne papirer og navnlig ved usikkerheden ved prisfastsættelsen.

Rådgivningen må ske efter princippet om best execution og følge Forbrugerombudsmanden retningslinier om etik i pengeinstitutternes rådgivning.

Der kan selvsagt være forbrugere, som på baggrund af fx en uddannelses- eller erhvervsmæssig baggrund, tidligere handelsmønstre eller lignende, må formodes ikke at have behov for særlig rådgivning, men værdipapirhandleren bør selv hos sådanne personer være opmærksom på et muligt behov. Er værdipapirhandleren i tvivl om forbrugeren indsigter i værdipapirhandel, bør værdipapirhandleren skabe sig klarhed herom.

Værdipapirhandleren har altid pligt til at sikre sig, at aftalen har den fornødne klarhed.

⁴ Se noten ovenfor under 2.1.10.2. om lovforslag L173 om ændring af de finansielle love.

B. *Hvis andet ikke udtrykkeligt er aftalt, bør en handel altid gennemføres over Fondsbørsens handelssystemer, medmindre værdipapirhandleren kan sikre forbrugeren en pris, der er bedre end den aktuelle kurs på fondsbørsen.*

Tilliden til, at værdipapirhandlen gennemføres på en korrekt og redelig måde og efter princippet om best execution til bedst mulige pris og alene i forbrugers interesse, sikres bedst ved, at handel i videst muligt omfang sker på den offentlige handelsplads. Dette findes også bedst stemmende med generelle samfunds- og investorhensyn.

For at opnå den størst mulige gennemsigtighed og konkurrence, herunder også omkring prisdannelsen, samt ud fra ønsket om at forebygge tvivl om interesse modsætninger, bør en forbrugers handel derfor altid søges gennemført via fondsbørsens handelssystemer, dvs. som børshandel. Kan værdipapirhandleren sandsynliggøre, at der kan opnås en bedre pris ved at gennemføre handlen til en kurs stillet af værdipapirhandleren, vil det være i overensstemmelse med princippet om best execution at gennemføre handlen til den af værdipapirhandleren stillede kurs. Er værdipapirhandleren i tvivl, om han kan give forbrugeren en bedre pris, bør denne tvivl betyde, at handlen forsøges gennemført på fondsbørsens systemer (børshandel).

Denne regel må ikke søges omgået ved, at værdipapirhandleren søger handlen gennemført over fondsbørsens systemer med sig selv som modpart (krydsede handler). Krydsede handler kan ikke siges at leve op til kravene om gennemsigtighed og adskillelse af forbruger- og værdipapirhandlerhensyn.

Såfremt forbrugeren udtrykkeligt ønsker at handlen skal gennemføres på anden måde, skal denne mulighed ikke være udelukket. I så fald skal det fremgå af aftalen, og denne må efterfølgende kunne dokumenteres af værdipapirhandleren.

Forbrugerombudsmanden har samtidig hermed henstillet til Københavns Fondsbørs, at de elektroniske handelssystemer snarest muligt indrettes således, at det på samme måde som for aktier bliver muligt at handle obligationer i stykstørrelser, som er relevante for almindelige, private investorer.

C. *Værdipapirhandleren må i forbindelse med afregningen give forbrugeren oplysning om handelstidspunktet og alle handlens omkostninger som ét samlet beløb*

Handelstidspunktet kan sammen med oplysninger om fondsbørsens bedste bud/udbud på handelstidspunktet sige noget om, hvorvidt der er handlet til den rigtige pris, men samtidig om værdipapirhandleren har udvist den tilstrækkelige hurtighed ved varetagelsen af sit hverv.

Uanset hvilken handelsform, der er benyttet, må forbrugeren i forbindelse med afregningen orienteres om, på hvilket tidspunkt

handlen er foretaget. Værdipapirhandleren må eventuelt på anmodning oplyse, hvornår ordren er indlagt på fondsbørsens systemer. Børshandler bør indlægges i fondsbørsens handelssystem umiddelbart efter ordrens modtagelsen.

Kursskæring er ikke forenelig med god markedsføringsskik. For at fremme gennemsigtigheden bør alle omkostninger ved en handelsforetagelse anføres som én samlet post under kurtage/omkostninger.

D. *Investorers direkte handel på fondsbørsens systemer – værdipapirhandel via internettet*

Denne form for handel er karakteriseret ved, at forbrugeren alene kommunikerer elektronisk med værdipapirhandleren, dvs. uden mulighed for samtidig individuel rådgivning, enten ved at afgive sine ordrer direkte til fondsbørsens systemer via værdipapirhandlerens handelssystem eller handler i værdipapirhandlerens system med værdipapirer, som værdipapirhandleren stiller til rådighed fra sin egen beholdning.

Et værdipapirhandelssystem, der giver en forbruger mulighed for at handle værdipapirer direkte ved hjælp af en særlig kode eller lignende, der legitimerer forbrugeren, vil være omfattet af lov om visse betalingsmidler. Systemet skal derfor være indrettet og virke således, at der sikres forbrugerne gennemsigtighed, frivillighed, beskyttelse mod misbrug samt fortrolighed om forbrugers anvendelse af systemet.

Værdipapirhandelssystemet må give forbrugeren fyldestgørende oplysninger om handelsfunktionerne og særligt henlede opmærksomheden på risikoen ved at handle uden det fornødne kendskab til værdipapirhandel. Forbrugeren bør via værdipapirhandlerens system som minimum kunne følge kursudviklingen på fondsbørsen på de børsnoterede papirer, som værdipapirhandleren stiller til rådighed for handel.

Systemet må være indrettet på en sådan måde, at forbrugeren ved afgivelse af accept må kunne se alle relevante oplysninger om handlen. Forbrugeren skal umiddelbart kunne vurdere størrelsen af det beløb, der disponeres over, inkl. kurtage og eventuelle andre omkostninger.

Det bør samtidig ved ordrens afgivelse af værdipapirhandleren kontrolleres, om der er dækning på forbrugers konto inden for en eventuelt aftalt trækingsret. I modsat fald må forbrugers opmærksomhed henledes herpå på en klar og tydelig måde.

En værdipapirhandler må altid, inden han giver en forbruger mulighed for selv at udføre handel, vurdere, om forbrugeren har den tilstrækkelige indsigt og forståelse samt økonomiske baggrund til selvstændigt at handle værdipapirer. Om fornødent må værdipapirhandleren kræve den nødvendige dokumentation. Værdipapirhandleren må samtidig vurdere, hvilke eventuelle begrænsninger, herun-

der i trækningsrettigheder, der skal gælde for den enkelte forbrugers benyttelse af systemet.

Udgangspunktet er som oven for nævnt under B, at handlen bør ske over fondsbørsens systemer.

Når handlen sker via en værdipapirhandlers systemer, må det klart fremgå af tilslutningsaftalen og de konkrete skærm billeder, hvorvidt der handles direkte op mod fondsbørsens systemer eller om der handles med værdipapirhandleren og til kurser fastsat af denne.

Aftalegrundlaget ved denne form for værdipapirhandel må i øvrigt forudsættes at være klart og overskueligt og forfattet i et let forståeligt sprog. Det må fremgå, hvilke sikkerhedsmæssige krav forbrugeren skal efterleve, samt hvilket ansvar forbrugeren kan ifalde ved tredjemands misbrug. I denne forbindelse henvises der til reglerne i § 11 i lov om visse betalingsmidler.

Det kan i almindelighed ikke anses for stemmende med god markedsføringsskik, at en værdipapirhandler ved fejlagtige eller misvisende kursoplysninger (børsoplysninger) eller strakskurser i systemerne, ensidigt og til ugunst for forbrugeren og imod dennes protest, tilbagefører handler eller lignende, uanset hvor klar fejlen er efter værdipapirhandlerens opfattelse. Forholdet vil typisk skulle vurderes efter reglerne i § 12 i lov om visse betalingsmidler.

Det forudsættes, at der efter en handels afvikling fremsendes en fysisk nota til forbrugeren, der opfylder de sædvanlige form- og indholdskrav.

Der henvises i øvrigt til de nordiske forbrugerombudsmands fælles holdning af december 1998 om handel og markedsføring på internettet og tilsvarende kommunikationssystemer, navnlig punkterne 3 og 4 om henholdsvis oplysningsforpligtelser og elektronisk aftaleindgåelse.

Forbrugerombudsmanden tilkendegav samtidig med offentliggørelsen af disse principper, at såfremt man blev bekendt med, at kravene nævnt under punkterne A-D om god markedsføringsskik ved værdipapirhandel ikke bliver efterlevet, vil Forbrugerombudsmanden i nødvendigt omfang tage sag op efter markedsføringslovens respektive betalingsmiddelovens regler. (114/5-10).

2.1.10.6. Bedre forbrugerbeskyttelse ved private forsikringer i Danmark

Forbrugerombudsmanden har gennem de seneste år flere gange opfordret forsikringsbranchen til at forhandle retningslinier på forsikringsområdet som led i Forbrugerombudsmandens tilsynsvirksomhed med forsikringsbranchen efter markedsføringsloven og Forbrugerombudsmandens bestræbelser på at gøre markedet mere gennemskeligt samt skabe bedre vilkår for forbrugerne.

I den forbindelse modtog Forbrugerombudsmanden i maj 2001 en udredning om bedre forbrugerbeskyttelse ved private forsikringer udarbejdet af lektor Ivan Sørensen ved Københavns Universitet. Det var tanken, at rapporten skulle danne grundlag for en hen-

vendelse til branchen om at indlede forhandlinger om retningslinier på forsikringsområdet.

Rapporten, der er offentliggjort på Forbrugerstyrelsens hjemmeside, gennemgår en række problemstillinger, der relaterer sig til tegningen af forsikringer, præmien, ændring og opsigelse af forsikringer, skadesanmeldelser samt forsikringsselskabernes sagsbehandling. Udrederen peger på, at der er en del problemstillinger, som på nuværende tidspunkt enten ikke er behandlet i den eksisterende lovgivning eller ikke behandlet tilstrækkeligt.

Udrederen foreslår derfor både ny lovgivning samt opfordrer Forbrugerombudsmanden til at indlede forhandlinger med branchen om udfærdigelse af retningslinier.

På baggrund af rapporten inviterede Forbrugerombudsmanden i foråret 2001 forsikringsbranchen til at forhandle retningslinier. Forsikringsbranchen afslog imidlertid invitationen med henvisning til, at man arbejdede videre med en forbrugerpolitisk handlingsplan, som branchen selv havde udarbejdet i 1998. (2000-203/5-326)

Forsikringsluppen

I foråret 2001 lancerede Forsikring og Pension en portal på internettet, hvor forbrugerne elektronisk kan få oplysninger om og sammenligne forsikringer og priser. Forbrugerombudsmanden deltog sammen med Konkurrencestyrelsen og Forbrugerrådet i arbejdet med udvikle denne. Det er hensigten med portalen at forsøge at skabe en større gennemsigtighed for forbrugerne og dermed øget konkurrence på forsikringsmarkedet. (2000-203/7-332)

2.1.10.7. Brugen af vis-nummer funktionen til udsendelse af regninger

Som omtalt i Juridisk Årbog 1999, side 32 ff., modtog Forbrugerklagenævnet i 1999 over 1.000 klager fra forbrugere, som havde modtaget regninger for nogle sex-tjenester. Forbrugerne gjorde gældende, at de ikke havde benyttet de pågældende tjenester, at de ved en fejl havde ringet op til nummeret, eller at det var en mindre-årig, som havde foretaget opkaldene.

På nuværende tidspunkt har Forbrugerklagenævnet modtaget flere tusinde klager over dette problem, der både vedrører opkald til telefontjenester og internettjenester, ligesom Forbrugerinformationens telefoniske hotline løbende modtager mange telefoniske klager herover.

Anledningen til de mange klager er formentlig den metode, som de omhandlede selskaber benytter til udsendelse af regninger. Der er for så vidt tale om, at man med en nummer-viser aflæser det telefonnummer, der ringer op til et givent telefonnummer. Selskaberne slår herefter – i det omfang det er muligt – forbrugerne op i de offentlige telefondatabaser og sender så regningen til telefonabonnenten.

Det siger sig selv, at det langt fra altid vil være telefonabonnenten, der har ringet op til den pågældende tjeneste, men at det måske

har været en anden person i husstanden, en mindreårig, en gæst eller en medarbejder på en arbejdsplads.

Derfor er stort set alle de sager, som Forbrugerklagenævnet har fået forelagt, da også faldet ud til forbrugernes fordel. Oftest er dette sket, fordi selskaberne bag tjenesterne selv frafalder kravene, når Forbrugerklagenævnet bliver involveret i sagen, men i sager, hvor det ikke har været tilfældet, har Forbrugerklagenævnet udtalt, at det måtte være op til de erhvervsdrivende at bevise, at det var den, der fik regningen tilsendt, der for at modtage den pågældende tjeneste havde foretaget opkaldet eller givet tilladelse hertil.

Som følge af de mange klager gik Forbrugerombudsmanden på et tidspunkt ind i sagen, men efter langvarige forhandlinger med særligt to af selskaberne bag de pågældende tjenester, måtte Forbrugerombudsmanden indse, at et tilfredsstillende resultat ikke kunne nås via forhandling. Han anlagde derfor i foråret 2001 retssag mod selskaberne.

Under retssagen, der endnu ikke er afgjort, søger Forbrugerombudsmanden at få rettens ord for, at det bør være forbudt at udsende regninger alene på baggrund af en identifikation af telefonabonnenten via vis-nummer. Selskaberne må efter Forbrugerombudsmandens opfattelse have pligt til at sikre sig identiteten på den, der bestiller den pågældende ydelse, ligesom det bør sikres, at det kun er personer over 18 år, der kan indgå aftaler ad denne vej, idet der for så vidt er tale om et kreditkøb. Retssagen indeholder herudover en række andre spørgsmål, særligt om de krav, der må stilles til de informationer, der skal gives forud for og i forbindelse med indgåelsen af en aftale.

Retssagen forventes afgjort i løbet af 2002. (1999-4055/5-8)

2.1.10.8. Praksis for opkrævning af kontrolafgifter i forbindelse med parkering

Forbrugerombudsmanden modtog en klage over en virksomheds opkrævningspraksis af kontrolafgifter i forbindelse med parkering.

Af den korrespondance, Forbrugerombudsmanden modtog, fremgik det, at forbrugeren havde parkeret på en parkeringsplads, hvor der alene var skiltet med, at området var underlagt privatretlige regler. Der fandtes efter forbrugeren oplysninger ingen skilte ved den benyttede indkørsel med oplysning om, at der skulle betales for parkeringen.

Da den erhvervsdrivende opkrævede kontrolafgift gjorde forbrugeren skriftligt indsigelse overfor opkrævningen.

Det næste, forbrugeren modtog, var en rykkerskrivelse fra selskabet, hvorved det skyldige beløb var pålagt et rykkergebyr på 100 kr. Det fremgik af rykkerskrivelsen, at en evt. tidligere indgivet klage var blevet behandlet, og at klagen var blevet afvist. Endvidere fremgik det af skrivelsen, at selskabets hjemmelsgrundlag var bekræftet på Forbrugerstyrelsens hjemmeside på internettet.

Forbrugeren gjorde på ny skriftlig indsigelse mod kontrolgebyret og rykkergebyret og henviste til, at klagen endnu ikke var blevet realitetsbehandlet.

Selskabet sendte herefter en ny rykkerskrivelse til forbrugeren pålagt et andet rykkergebyr på 100 kr. med samme henvisning til, at en evt. klage er blevet behandlet og afvist. Derudover oplyste selskabet, at sagen ville blive fremsendt til inkasso hos selskabets advokat, såfremt beløbet ikke blev betalt, samt at advokaten ville pålægge sagen inkassosalær og gebyr for retsskridt. Ingen af rykkerskrivelserne fra selskabet indeholdt en specifikation af det opkrævede beløb.

Forbrugerombudsmanden forelagde klagen for selskabet og anmodede om bemærkninger hertil.

Selskabets advokat oplyste, at selskabet modtog mange klager bl.a. fra forbrugere, der ikke mente at have parkeret på den pågældende parkeringsplads. Alle klager blev behandlet og vurderet individuelt. Forbrugernes indsigelser blev derfor ikke standardmæssigt afvist, således som forbrugeren mistænkte. Samtidig oplyste selskabets advokat, at selskabet ville ændre sin rykkerprocedure, således at forbrugere, der klagede til selskabet, fremover ville modtage særskilt svar på klagen. Desuden fastholdt selskabets advokat, at skiltningen var i orden.

Forbrugerombudsmanden udtalte, at hvis en forbruger gør gældende, at vedkommende ikke har benyttet den pågældende parkeringsplads, er det selskabet, der over for forbrugeren skal bevise, at parkering har fundet sted.

Endvidere udtalte Forbrugerombudsmanden, at selskabet udover at give en forbruger særskilt besked om, at en klage er afvist, også i nødvendigt omfang må begrunde afvisningen, således at forbrugeren kan vurdere baggrunden for afvisningen.

Videre kan selskabet ikke med rette sende en rykker pålagt et rykkergebyr, når der er gjort indsigelser overfor kravets beståen. I sådan et tilfælde er der ikke længere rimelig grund til at rykke for betalingen. Endvidere blev det bemærket, at det bør fremgå af rykkerskrivelsen, hvorledes kravet opgøres, således at det er specificeret, hvilket beløb der udgør kontrolafgift, og hvilket beløb der udgør rykkergebyrer.

Da en advokat ikke uden at handle i strid med god advokatskik, jf. advokatnævnets praksis, kan tage et bestridt krav til inkasso, men er henvist til at indbringe sagen for domstolene, fandt Forbrugerombudsmanden oplysningerne i rykkerskrivelserne misvisende.

Desuden fandt Forbrugerombudsmanden oplysningen om, at selskabets hjemmelsgrundlag er bekræftet på Forbrugerstyrelsens hjemmeside for misvisende. Det fremgår af hjemmesiden, at en aftale kan indgås ved, at en forbruger faktisk parkerer sin bil på en parkeringsplads, når betingelserne for parkering tydeligt er skiltet. Men det fremgår også, at der klart og tydeligt skal gøres opmærksom på betingelserne for at benytte parkeringspladsen, førend en aftale kan anses for at være indgået.

Afslutningsvis bemærkede han, at Forbrugerstyrelsen har modtaget mange henvendelser fra forbrugere, der ikke så skiltningen, inden de parkerede på parkeringspladsen og efterfølgende er blevet opkrævet en kontrolafgift. Efter at have gjort indsigelser herom, har de bemærket, at skiltningen på den pågældende parkeringsplads er blevet gjort tydeligere. Dette moment bør indgå i selskabets overvejelser om en klages berettigelse, idet selskabet ved forbedringen af skiltningen til en vis grad medgiver, at skiltningen ikke er tydelig nok.

Forbrugerombudsmanden bemærkede herefter, at han forventede, at selskabet ville indrette sig i overensstemmelse med ovennævnte og afsluttede sagen. (2001-529/5-74)

2.1.10.9. Forbrugerombudsmandens kritik af DSB's kompensation til pendlere på Kystbanen og Øresundsbanen

DSB ydede i sommeren 2001 kompensation til pendlere på Kystbanen og Øresundsbanen for en uregelmæssig drift. Kompensationen blev ydet ved, at pendlere fik 14 dages gratis forlængelse af deres togkort, hvis de købte eller forlængede deres kort mellem 15. juli 2001 og 15. august 2001. I praksis skete forlængelsen ved, at DSB's togpersonale accepterede pendlernes kort som gyldigt 14 dage efter kortets sidste gyldighedsdag, uden at det på nogen måde blev angivet på kortet eller andre steder. Pendlere, som betalte deres togkort via PBS, fik dog en check svarende til 14 dages togrejse tilsendt i stedet. Information om kompensationen kunne pendlere få i en folder, hvis de henvendte sig til personalet i togene eller på stationerne på strækningen.

Forbrugerombudsmanden kritiserede i et brev af 31. juli 2001 denne måde at yde kompensation på.

For det første kritiserede han DSB for ikke at annoncere med kompensationsstilbuddet, idet en mere aktiv og opsøgende informationsform, for eksempel ved opslag i togene, på stationer og ved annoncering i dagspressen – særligt når kompensationen blev givet i en periode, hvor mange forbrugere holdt sommerferie – ville give større sikkerhed for, at forbrugerne fik de relevante oplysninger.

Desuden burde DSB have sikret sig HT's og øvrige trafikalskabers medvirken til at give kompensation, således at kompensationen blev reel for forbrugerne og dækkede den strækning, som deres kort normalt dækkede.

Derudover burde det have været anført på togkortet eller et andet sted, der kunne udgøre forbrugerens rejsehjemmel, hvor længe kortet kunne anvendes og på hvilke strækninger, idet forbrugerne ellers kunne blive i tvivl om kortets gyldighedsperiode og anvendelsesområde.

Endelig kritiserede han DSB's forskelsbehandling af pendlere, der betalte deres månedskort via PBS i forhold til pendlere, der betalte deres månedskort ved at betale ved et kort/billetsalgssted, idet

pendlere som betalte via PBS var langt bedre stillet ved at få en check tilsendt. (2001-511/5-238)

2.1.10.10. Telefonisk markedsføring

En erhvervsdrivende spurgte Forbrugerombudsmanden, om det vil være lovligt at forsøge at sælge andre af selskabets produkter til kunder, der selv henvendte sig telefonisk til den erhvervsdrivende, og om det gjorde nogen forskel, om kunden ringede i et andet øjeblik end for at købe et produkt.

Forbrugerombudsmanden henviste til markedsføringslovens § 6a og forbrugeraftalelovens § 2, der begge primært vedrører henvendelser fra den erhvervsdrivendes side og ikke den omvendte situation, men som alligevel kunne danne grundlag for en vurdering af sagen.

Forbrugerombudsmanden henviste således til den praksis, der har dannet sig efter forbrugeraftalelovens § 2, hvorefter den erhvervsdrivende, i de tilfælde hvor forbrugeren på forhånd har anmodet om en telefonisk henvendelse fra den erhvervsdrivende, alene må omtale det emne, som anmodningen vedrører. Har en forbruger anmodet om at blive ringet op vedrørende et servicespørgsmål, må man således ikke under den efterfølgende telefonsamtale prøve at sælge et af selskabets produkter.

Dette udgangspunkt måtte efter Forbrugerombudsmandens opfattelse også gælde ved forbrugers egen telefoniske henvendelse, idet forholdene her ikke adskiller sig væsentligt fra det ovenfor nævnte eksempel.

Forbrugerombudsmanden fandt det på den baggrund bedst stemmende med god markedsføringsskik, hvis man ved kunders egne telefoniske henvendelser følger de retningslinier, som Forbrugerombudsmanden tidligere har udstukket i relation til forbrugeraftalelovens § 2. Se disse i Juridisk Årbog 1993-1994 s. 65 ff. (2001-116/5-375)

2.1.10.11. Forbrugerombudsmandens tilsyn med internettet

Internettet er et af Forbrugerombudsmandens fokus-områder, og bl.a. på baggrund af den rapport om handel og markedsføring på internettet, som Forbrugerombudsmanden offentliggjorde i oktober 2000, måtte det konstateres, at der fortsat var behov for en betydelig indsats på dette område, hvis forbrugerne skulle kunne have tillid til og føle sig trygge ved at bruge internettet og købe varer og tjenesteydelser ad denne vej.

Forbrugerombudsmanden iværksatte derfor i sidste halvdel af 2001 et projekt med det formål at højne forbrugerbeskyttelsesniveauet på den danske del af internettet. Dette skal ske gennem information og vejledning til såvel forbrugere som erhvervsdrivende om deres rettigheder og pligter og igennem påtaler til erhvervsdrivende, der overtræder den forbrugerretlige lovgivning. En gruppe medarbejdere hos Forbrugerombudsmanden vil løbende gen-

nemgå en række hjemmesider på internettet, ligesom de med jævne mellemrum vil gennemsøge internettet for specifikke problemer. (2001-4052/5-162)

2.1.10.12. Markedsføringslovens § 6a og interessedatabaser

Den 1. juli 2000 trådte markedsføringslovens § 6a i kraft. Bestemmelsen regulerer bl.a. under hvilke betingelser erhvervsdrivende kan udsende reklamer i form af direct mails til forbrugere. En artikel om Forbrugerombudsmandens fortolkning af bestemmelsen og den hidtidige administration heraf kan findes i Juridisk Årbog 2000, afsnit 1.1.

Markedsføringslovens § 6a giver forbrugere, der måtte ønske det, mulighed for at lade sig registrere på en såkaldt »Robinson-liste« i CPR-registret. Står forbrugerne opført på denne liste, må erhvervsdrivende ikke tilsende forbrugerne reklamer, medmindre forbrugerne har givet deres specifikke samtykke hertil til den erhvervsdrivende. De erhvervsdrivende har pligt til at checke »Robinson-listen«, inden de udsender reklamer og således sorterer de forbrugere fra, som står anført på listen.

Kort tid efter lovens ikrafttræden greb Forbrugerombudsmanden ind over for et interessedatabase-koncept, som gik ud på at indhente forbrugeres samtykke til, at en ikke nærmere angiven kreds af erhvervsdrivende kunne sende reklamer til forbrugerne indenfor områder, som forbrugerne samtidig tilkendegav deres interesse for. Forbrugernes adresser udlejedes herefter til erhvervsdrivende, der ønskede at målrette deres reklamer mod interesserede kunder. Når en forbruger tilmeldte sig konceptet, kendte forbrugeren imidlertid hverken navnet på eller antallet af de erhvervsdrivende, som i en nærmere angiven periode, kunne sende reklamer til forbrugeren.

Selskabet bag konceptet opfordrede på den ene side forbrugerne til at lade sig registrere på den ovenfor nævnte »Robinson-liste« og dermed sige generelt nej tak til reklamer, og på den anden side opfordrede selskabet forbrugerne til at melde sig til interessedatabase-konceptet, for derved at sige ja tak til reklamer inden for nærmere angivne områder, som forbrugeren var interesseret i.

Forbrugerombudsmanden fandt konceptet i strid med markedsføringslovens § 6a, idet § 6a efter Forbrugerombudsmandens opfattelse måtte forstås således, at forbrugeren ved samtykkets afgivelse skulle kende navnene på de erhvervsdrivende, som forbrugeren ville modtage reklamer fra.

Det lykkedes ikke ved forhandling at nå til enighed med selskabet bag konceptet, og Forbrugerombudsmanden anlagde derfor i januar 2001 en retssag mod selskabet ved Sø- og Handelsretten.

Sø- og Handelsretten afsagde dom i sagen den 15. marts 2002, og retten var ikke enig med Forbrugerombudsmanden i dennes fortolkning af markedsføringsloven. Retten frifandt derfor enstemmigt det sagsøgte selskab.

Sø- og Handelsretten var af den opfattelse, at forbrugernes samtykke var så klart tilkendegivet, at forbrugernes stilling var sikret tilstrækkeligt. Retten fandt således ikke, at forbrugerne behøvede at kende navnene på de enkelte erhvervsdrivende, der fremover ville kunne sende forbrugerne reklamer.

Med dommen tog retten i øvrigt stilling til brugen af en præmiekonkurrence, som det sagsøgte selskab havde brugt som »lokke-middel« for at få forbrugerne til at tilmelde sig konceptet. Forbrugerne havde mulighed for at vinde en rejse til en værdi af 25.000 kr. samt en række andre præmier, hvis de tilmeldte sig konceptet indenfor en bestemt frist.

Forbrugerombudsmanden mente, at konkurrencen var i strid med god markedsføringsskik, idet den afledte forbrugernes opmærksomhed fra, at de mod en beskedne chance for at vinde en præmie afgav personoplysninger med det formål at modtage reklame.

Sø- og Handelsretten fandt imidlertid ikke, at konkurrencen, bl.a. på grund af den beskedne præmiesum, var i strid med god markedsføringsskik.

Forbrugerombudsmanden har taget dommen til efterretning og vil efterfølgende vurdere de nærmere konsekvenser af dommen i relation til den fremtidige administration af markedsføringslovens § 6a. (2000-519/5-81)

2.2. Lovens § 2

2.2.1. Vildledende angivelser

2.2.1.1. Postordreselskab blev idømt en bøde på 1 million kroner for overtrædelser af markedsføringsloven

Sø- og Handelsretten afsagde i maj 2001 dom i en straffesag, anlagt af Forbrugerombudsmanden mod et postordreselskab for vildledende markedsføring, reklamering med ulovlig tilgift og konkurrencer.

Forbrugerombudsmanden modtog i 1998 og 1999 et stort antal klager over en postordrevirksomhed, der til ca. 170.000 forbrugere havde udsendt et personligt stilet brev. Af brevet fremgik, at modtageren i en specialtrækning blandt kun 6 vindere havde vundet et stereoanlæg med to højttalere. Det viste sig, at stereoanlægget i virkeligheden var en lille transistorradio af begrænset kvalitet og værdi, og desuden havde alle modtagerne og ikke kun 6 personer vundet radioen. Det fremgik videre, at vinderne skulle betale 59 kr. i porto for at modtage det såkaldte stereoanlæg, men såfremt de bestilte andre varer fra virksomheden, kunne de blive fri for dette. De forbrugere, der bestilte varer for over 350 kr., kunne desuden købe en fritidsjakke til en væsentlig nedsat pris på 9,90 kr.

Forbrugerombudsmanden meddelte virksomheden, at materialet var vildledende og i strid med markedsføringslovens § 2, stk. 1, og

at der var reklameret med ulovlig tilgift i strid med markedsføringslovens § 6.

Umiddelbart efter det første brev udsendte virksomheden imidlertid et nyt personligt stilet brev til en tilsvarende stor kreds af forbrugere. Denne gang gav brevet indtryk af, at modtageren havde været så heldig at vinde en 2. præmie på 30.000 kr. Det viste sig imidlertid, at modtageren kun havde vundet retten til at deltage i en konkurrence om de 30.000 kr. Modtagerne havde i stedet vundet en 2. præmie i form af et smykke af ringe kvalitet og værdi. Såfremt modtagerne indsendte et beløb på 50 kr. i porto, kunne forbrugerne få deres præmie og deltage i konkurrencen om pengepræmierne. Modtagerne kunne dog gratis få fremsendt præmien, hvis de samtidig bestilte varer for et vis beløb.

Forbrugerombudsmanden meddelte virksomheden, at også dette materiale var vildledende, ligesom der var reklameret med ulovlig tilgift, og konkurrencen var betinget af køb i strid med markedsføringslovens § 9.

Alle bestemmelserne er strafsanktionerede, og Forbrugerombudsmanden bad derfor politiet rejse tiltale ved Sø- og Handelsretten med påstand om bøde.

Eneanpartshaveren og direktøren i selskabet, der er schweizer, blev idømt en bøde på 1 million kroner, mens sagen mod selskabet foreløbig måtte udsættes, da direktionen inden domsforhandlingen af sagen var udtrådt af selskabet, hvorefter selskabet efter dansk ret kan tvangsopløses af myndighederne. Bøden er den største, der er opnået på området. (1998-4011/5-29 og 1999-989/5-378)

2.2.1.2. Reklameidentifikation – Skjult Reklame

Forbrugerombudsmanden har igennem årene rettet sin opmærksomhed mod den skjulte reklame, en reklameform, der vinder mere og mere indpas i hverdagen. Forbrugerombudsmanden besluttede i efteråret 2001 at starte et projekt om reklameidentifikation – skjult reklame. Første del af projektet afsluttede Forbrugerombudsmanden i slutningen af året, hvor han afgav indberetning til Økonomi- og Erhvervsministeriet den 18. december 2001 med opfordring til snarest at søge gennemført ændring af markedsføringsloven. Samtidig offentliggjorde Forbrugerombudsmanden sin redegørelse om reklameidentifikation – skjult reklame. Redegørelsen er en status på området.

Forbrugerombudsmandens redegørelse om reklameidentifikation – skjult reklame

Virksomhedernes markedsføring bliver mere og mere kreativ og sofistikeret, og det er blevet sværere umiddelbart at identificere reklamerne. Virksomhederne sætter dagsordenen, ikke blot for vores forbrugsmønster, men også i forhold til fx undervisning, sport og kunst. Skolerne kan efterhånden ikke undvære undervisningsmaterialet, som erhvervslivet sponsorerer. Bevillingerne fra det of-

fentlige er for små og rækker ikke til at anskaffe tidssvarende bøger og andet undervisningsmateriale. Sportsklubberne og elitesporten kan ikke fungere uden virksomhedernes tilskud til drift og/eller køb af rekvisitter, og museerne og teatrene må supplere den offentlige støtte med diverse sponsorater.

Erhvervslivet kombinerer ofte sponsoraterne med flere sideløbende reklameaktiviteter for et produkt. Virksomhederne udnytter på denne måde synergieffekten af sponsorater og anden form for markedsføring.

Sponsorering har en indirekte, skjult reklameeffekt, hvor forbrugermønstre og holdninger ubevidst påvirkes. Det er en effektiv form for markedsføring, hvor forbrugerne ubevidst bliver positivt stemt over for sponsor og dennes produkter.

Medieudviklingen, herunder mediekonvergens (mediesammensmeltningen), åbner mulighed for at anvende ny og anderledes markedsføring. Grænsen mellem reklamer og information, underholdning og spil vil blive mere flydende, således at det ikke altid er åbenbart, at der er tale om reklamer. Påvirkningen af den skjulte reklame intensiveres, når reklamerne samtidig er interaktive. Mediekonvergens og dens muligheder vil uden tvivl være med til at gøre reklamen mindre synlig. Reklame, der ikke umiddelbart kan identificeres, er effektiv, fordi forbrugerne ikke er opmærksomme på, at der er tale om reklame. Forbrugerne har ikke paraderne oppe og er derfor nemme at manipulere med og påvirke i den retning, den erhvervsdrivende ønsker.

Det er en skærpende omstændighed, at det ofte er børn og unge, som bliver udsat for markedsføring, som ikke umiddelbart fremtræder som sådan. Det gælder fx i sponsorsituationen i skole, børneinstitutioner og i sportsklubber. Endvidere er børn og unge flittige brugere af internettet, og de vil opfatte diverse spil, konkurrencer og lignende som kærkommen underholdning. Problemet er i disse situationer, at børn og unge er nemt påvirkelige og mangler erfaring og kritisk sans. Unge og især mindre børn, kan ikke eller har svært ved at gennemskue og vurdere informationer og anden form for markedsføring.

Gældende regulering

Markedsføringslovens § 1 bestemmer, at der i erhvervsvirksomhed ikke må foretages handlinger, der strider mod god markedsføringsskik. Bestemmelsen er en generalklausul, på grundlag af hvilken det overlades til domstolene ud fra en samlet afvejning af hensyne til virksomhederne, forbrugerne og samfundet at afgøre, hvad der til enhver tid må anses for god markedsføringsskik. Det Internationale Handelskammers (ICC) kodeks for reklamepraksis udgør en væsentlig del af fortolkningsgrundlaget for markedsføringslovens bestemmelser om god markedsføringsskik og forbuddet mod vildledning.

Det fremgår af artikel 12 i kodeks, at »reklamer klart skal kunne identificeres som sådanne, uanset deres form og uanset hvilket medie der anvendes; når en reklame publiceres i et medie, som indeholder nyheder eller redaktionelt stof, skal den præsenteres således, at den umiddelbart vil blive opfattet som en reklame«.

Reklame, der er i strid med reklamekodeks art. 12, vil som udgangspunkt også være i strid med markedsføringslovens § 1.

Reklame, der ikke klart kan identificeres, kan endvidere være omfattet af markedsføringslovens § 2, som er strafsanktioneret, hvis reklamen konkret kan betegnes som vildledende eller utilbørlig.

Markedsføringsforanstaltninger, der ikke er reguleret af særlovgivningen, er omfattet af markedsføringsloven.

Særlovgivning mv.

Det fremgår af § 64 i lov om radio- og fjernsynsvirksomhed at »reklamer skal klart kunne identificeres som sådanne, således at de i indhold og præsentation adskiller sig fra de ordinære udsendelser«. Endvidere kan Kulturministeren fastsætte nærmere regler om identifikation, placering, indhold og omfang af reklamer. En nærmere afgrænset kreds af personer/virksomheder kan straffes for overtrædelse af bestemmelsen.

I bekendtgørelsen om reklame for lægemidler, § 1, er det bestemt at: »Reklame over for offentligheden for et lægemiddel skal udformes således, at det tydeligt fremgår, at der er tale om reklame, og at reklamen omhandler et lægemiddel«. Overtrædelse af bestemmelsen er strafsanktioneret.

I udkast til lov om informationssamfundets tjenester, herunder visse aspekter af elektronisk handel, som skal gennemføre direktiv 2000/31/EF af 8. juni 2000, kommer der en tilsvarende bestemmelse om identifikation af reklamer.

Konklusion

Den nedenfor angivne gennemgang viser, at det ikke altid er nemt at identificere reklame, og at forbrugerne derfor ikke altid er opmærksomme på reklamepåvirkningen. Mediekonvergens – sammensmeltningen af de forskellige medier – der er under udvikling, betyder, at det er mere aktuelt end nogensinde at få en udtrykkelig bestemmelse i markedsføringsloven om identifikation af reklame. Der er endvidere behov for at kunne strafsanktionere en sådan bestemmelse. Bestemmelsen bør omfatte enhver form for markedsføring, uanset i hvilket medie den fremkommer, og kan eventuelt udformes efter forbillede i den svenske markedsføringslovs § 5, hvorefter »Al markedsføring skal udformes og præsenteres, så det tydeligt fremgår, hvem der har ansvaret for markedsføringen.«

Som det er nu, er de få bestemmelser, der findes i dansk lovgivning om identifikation af reklame, gemt væk i særlovgivningen. Endnu en sådan bestemmelse er på vej, nemlig i lov om informa-

tionssamfundets tjenester. Bestemmelsen gemmes væk i et kompliceret lovkompleks i stedet for, at der bliver udfærdiget en generel bestemmelse i markedsføringsloven, således som Radio- og TV-Reklamenævnet pegede på allerede i november 1998.

Den følgende oversigt indeholder eksempler fra hverdagen, hvor det er et spørgsmål, om en reklame umiddelbart kan identificeres. Oversigten indeholder både de reklameformer, hvor identifikationsspørgsmålet har været et kendt problem i mange år, og de nyere reklameformer, som er opstået i takt med udviklingen af det moderne samfund. En del af eksemplerne har været omtalt i medierne. Endvidere er der omtale af sager, som har været behandlet af Forbrugerombudsmanden. Flere steder bliver der henvist til Forbrugerstyrelsens Årbog, der herefter benævnes ÅB.

Forbrugerombudsmanden vil med udgangspunkt i nærværende redegørelse sætte fokus på reklamer i det nye år og følge udviklingen.

1. Aviser og blade

Sammenblanding af redaktionelt stof/artikler og annoncer/reklame kendes især fra de husstandsomdelte, gratis ugeaviser og fra særtillæggene om fx have, biler, mode og rejser, som følger med dagbladene. Denne form for markedsføring kaldes »ludderjournalistik«. Der kan fx foreligge en aftale mellem bladet/en journalist og en erhvervsdrivende om, at der bliver udarbejdet en artikel fx med rosende og detaljeret omtale af den erhvervsdrivendes produkt eller virksomhed. Artiklen skal fremstå som redaktionel tekst, men er i virkeligheden en annonce. Nogle blade stiller også fotografer til rådighed i anledning af omtalen. Det forekommer også, at et blad lover redaktionel omtale af en virksomhed og/eller af en eller flere af virksomhedens produkter, såfremt virksomheden tegner en annonce.

En pressemeddelelse fra en erhvervsdrivende betragtes som udgangspunkt som markedsføring. Den kan derfor ikke uden videre indgå i det redaktionelle stof.

Der har været tale om, at virksomheder har betalt journalisters rejser, middage, hotelophold og arrangeret spektakulære begivenheder for at få redaktionel omtale.

Ludderjournalistikken ses ofte, når forskellige helseprodukter og naturlægemidler skal markedsføres. Produkterne bliver omtalt og rost i tilsyneladende artikler, og forskellige navngivne personer udtaler sig om produkternes fortræffelighed og fortæller om deres positive erfaring med produkterne. Disse artikler kan også være ledsaget af billeder af de tilfredse brugere af produkterne. Se bladet Tænk nr. 10 fra 1995.

«Skønhedssiderne i landets tre største dameblade bugner af fif, der ofte er direkte afskrift fra kosmetikfirmaernes egne pressemeddelelser, der tilsyneladende kommer mere eller mindre uredigeret i bladene», skriver Politiken bl.a. 19. februar 2000. Politiken havde

udvalgt tre vilkårlige nye kosmetikprodukter. Alle tre produkter blev beskrevet af læserne på skønhedssiderne i et eller flere af de nævnte blade. Samtidig var der helsides reklamer for produkterne i samme blade.

I Politiken den 9. december 2001 skriver avisen bl.a. om, hvordan uge- og månedsmagasinerne op til jul omtaler diverse parfumer og cremer. Avisen skriver, at mange af produktbeskrivelserne i damebladene ligner rene afskrifter fra de pressemeddelelser, der fulgte med produktet, da det blev sendt ud på markedet.

Følgende eksempler vedrørende blade og aviser kan nævnes fra Forbrugerombudsmandens praksis:

- En provinsavis: Avisen tilbød annoncørerne at få indflydelse på det redaktionelle stof, hvis de indrykkede annoncer i avisen. Hverken Pressenævnet eller Rigsadvokaten fandt tilstrækkelig anledning til at tage initiativ i sagen. Sag 1998-989/5-320 og ÅB 98, side 52 ff.
- Et ungdomsblad havde lavet en billedserie/reportage benævnt »When he says no..« bestående af billeder af en pige, der skal giftes, men hvor gommen ikke dukker op. Sidst i billedserien forsøger pigen at begå selvmord. På sidste side var priser og varemærker på det tøj, kvinden havde på, angivet. Ungdomsbladet påstod, der var tale om redaktionelt stof. ÅB 97, side 14 og 16.
- Bladet »Alt om pejsen«: Bladet indeholdt dels artikler med forbrugerrådgivning dels tekster med rene anprisninger af en række pejse. Det fremgik imidlertid ikke, at udgiveren af bladet også var fabrikanten af de produkter, der blev rosende omtalt. Bladet indeholdt desuden »rigtige« annoncer for forskelligt tilbehør, hvilket gav bladet et præg af at være et almindeligt tidsskrift frem for en tryksag eller et reklameblad for fabrikanten. ÅB 99, side 79
- En lokalavis i København, der indeholder artikler, der anpriser forskellige produkter. Sagen er ikke afsluttet og behandles under sag 2001-4041/5-370. Se endvidere artikel i Politiken den 18. februar 2001.

I Finland forbød markedsdomstolen i sommeren 2000 bl.a., at bladet »Family 2000« præsenterer markedsføringsmateriale i tekster, der ligner artikler, eller i billedtekst eller på anden tilsvarende måde, så det ikke umiddelbart, klart og entydigt fremgår af bladet, at det er en reklame.

I Danmark har vi paralleller til dette blad. Der er tale om gratis reklamesponsorerede periodiske blade, som uddeles på skoler og andre uddannelsessteder.

2. Spillefilm

I spillefilm i biografer og TV vises der mange produkter i løbet af en film (produktplacering). I 1995 foretog Forbrugerombudsmanden en undersøgelse omkring omfanget af skjult reklame/produktplacering i spillefilm. Undersøgelsen er omtalt i ÅB 95, side 57 ff. Baggrunden for visningen af produkter i en spillefilm kan være:

- Produkterne indgår for at beskrive miljøet i filmen på naturlig vis.
- Virksomheder stiller produkter gratis til rådighed for filmproducenterne mod at produkterne »vises« i filmen.
- Virksomheder betaler filmsproducenten for at få produkter med i film. Ifølge Børsens Nyhedsmagasin den 3. maj 1999 blev det omtalt, hvorledes 15 mærkevarer var impliceret i kultfilmen »Bleeder«.
- Virksomheder betaler skuespillere for at bære et bestemt ur, drikke en bestemt drik, køre i en bestemt bil o.s.v. James Bond filmene er et ud af mange eksempler.

Subliminale teknikker i spillefilm betyder, at der fx vises et meget kort glimt af et bestemt produkt, fx en Cola («eventssponsorship»). Biografgængerne vil ikke opdage, at det vises, men det registreres i underbevidstheden. (Dette er forbudt i TV).

«Virtuel Advertising», dvs. reklamer, der ikke findes i virkeligheden, men som bliver placeret i en udsendelse på TV eller internettet.

Politiken skriver den 6. maj 2001 om »Reklame ad bagvejen«. Der er planer om, at overføre kendte figurer fra reklamefilm til spillefilm. Filmene skal på helt normal vis have et manuskript og fungere i sig selv. Fx kan det komme på tale at bygge videre med folkelige karakterer som Finn og Jacob fra Squash-reklamerne, Polle fra Snave fra Sonofon eller Onde Jørgen fra Kims. Sonofons konkrete planer, om at overføre virksomhedens reklamekoncept med hovedpersonen Polle fra Snave til en spillefilm, er bl.a. omtalt i Politiken 6. september 2001.

3. Tv – og radioprogrammer

Radio- og TV- reklamenævnet udfærdigede i november 1998 »Redegørelse om Radio- og TV-Reklamenævnets erfaring med behandling af sager om skjult reklame«. I redegørelsen har nævnet bl.a. konstateret, at skjult reklame navnlig forekommer som rosende eller særligt detaljerede omtaler af produkter mv. i almindelige udsendelser, evt. med oplysninger om kontaktnavne, telefonnumre eller lignende, som såkaldt »product placement«, hvor diverse produkter listes ind i udsendelserne i forbindelse med sponsorering af programmer med præmiekonkurrencer.

Nævnet kom i redegørelsen med flere forslag til løsning af problemerne omkring skjult reklame, som der blev peget på i redegørelsen. I medieaftale 2001-2004 er det anført, at forslagene i nævnets redegørelse gennemføres. Et af forslagene var, at der skal ske en tilføjelse til markedsføringslovens § 2 om, at reklamer klart skal kunne identificeres. Forslaget er imidlertid på nuværende tidspunkt endnu ikke gennemført.

Siden Radio- og TV-Reklamenævnets redegørelse om skjult reklame har forskellige sager om skjult reklame været behandlet i nævnet. Følgende kan nævnes:

- Udsendelserne »Dans på tværs« i DR 1. Virksomheden Oriflames navn stod på alle bandereklamer, skilte og på præmier. Radio- og TV-Reklamenævnet fandt, at det var uforeneligt med radio- og fjernsynslovens reklameforbud, herunder lovens § 64 om forbud mod »skjult« reklame, at DR udsendte et program, der var af så stor kommerciel værdi for en virksomhed.
- Vello Scandinavia ApS deltog i et redaktionelt indslag i programmet 'Spørg om velvære' i DK4. Radio- og TV-Reklamenævnet fandt, at omtalen og den billedmæssige eksponering af Vello-tæppet var af så stor kommerciel værdi for selskabet, at der forelå skjult reklame.
- Tegnefilmen Pokémon blev udsendt på TV2. Radio- og TV-Reklamenævnet fandt, at der var et sådant samspil mellem tegnefilmene og de produkter, der blev lanceret samtidig i forretningerne, at filmene som helhed måtte anses som skjult reklame. ÅB 2000, side 50

Dagbladene omtaler jævnligt spørgsmål om reklameidentifikation/ skjult reklame i tv. Følgende er eksempler herpå fra de seneste år:

Det fremgik af en analyse, som Politiken offentliggjorde den 21. maj 2000, at programmerne i en del små lokale tv-stationer er spækket med skjult reklame. Stationerne lader sig friste til at modtage penge fra virksomheder mod fx rosende omtale af en virksomhed i et virksomhedsportræt, eller fremhævelse af en præmie i en konkurrence. Analysen viste bl.a., at 14% af Kanal Københavns programflade indeholdt mere eller mindre tydelige reklamebudskaber uden for reklameblokkene.

Mediebureauer rådgiver virksomheder i valg af reklamemedie, og bureauerne leder efter nye måder at ramme forbrugerne på, skriver Politiken den 1. oktober 2000. Mediebureauerne OMD og Mediacom mener at have fundet en mulig løsning: »Det handler om reklame, som forbrugerne ikke opfatter som reklame. Som de opfatter mere som en naturlig del af for eksempel et tv-program«. Politiken oplyser, at bureauet Mediacom udtrykker det således i salgsmaterialet: »Det handler om at finde lige netop det tidspunkt og det sted, hvor forbrugeren har paraderne nede og er modtagelige over for vores kommunikation.«

Dansk Grand Prix februar 2001 blev afholdt i Herning og blev dækket af DR. I løbet af transmissionen blev der bragt indslag, der tegnede et billede af Herning som en by med et væld af tilbud. Det fremgik af dagbladene, at dette var en del af den aftale, som DR havde indgået med Herning i forbindelse med Grand Prix, nemlig at byen afholdt en række udgifter mod at få sendetid i showet.

Også i forbindelse med afviklingen af Melodi Grand Prix i maj 2001 blev der i medierne skrevet om de »tv-postkort«, som blev bragt mellem kunsternes optræden. Det blev bl.a. anført, at den fabrik, som hovedsponsoren – lysproducenten Martin Gruppen – har i Frederikshavn, blev brugt som kulisse i et postkort. I et andet postkort indgik Øresundstog fra hovedsponsoren DSB.

En artikel i bladet Journalisten, nr. 10 fra 2001, handler om, at TvDanmark 2 hver lørdag sender programmer »En verden af muligheder«, der består af en række små virksomhedsportrætter. Virksomhederne bliver omtalt i særdeles positive vendinger og betaler 8000 kr. pr. minut. I programmet »IT – en verden af muligheder« får forretningen »Photocare« 6 minutters skamros. Udsendelsen slutter med, at virksomhedernes navne ruller ned over skærmen.

Også for radio og tv gælder, at en pressemeddelelse fra en erhvervsdrivende som udgangspunkt betragtes som markedsføring. Den kan derfor ikke uden videre indgå i det redaktionelle stof. Det fremgår af en udtalelse i 1999 fra Radio- og TV-Reklamenævnet – i forbindelse med en konkret sag – at det var nævnets opfattelse, at der i DR's TV-avis var sket en overdreven eksponering af et produkt og en virksomhed. Nævnet bemærkede, at indslag af den omhandlede karakter og beskaffenhed er af stor kommerciel værdi for den pågældende virksomhed og vil af mange seere blive opfattet som reklame.

Men problemet er vel også, at seerne, når der er tale om tv-avisen eller andet redaktionelt stof, har en grundlæggende tro på, at der er tale om en udsendelse, hvor baggrunden er en grundig journalistisk research. Ved sammenblanding af markedsføring og journalistik er seerne uforberedte på den påvirkning, som udsendelsen bevidst eller ubevidst skaber. Det er netop det samme problem, som gør sig gældende i forhold til redaktionelt stof i aviser og blade, jf. ovenfor.

SommerSummarum, DR TV sommer-børneprogram 2001 blev lavet i samarbejde med Kodak og Børnenes Rekordbog. Børnene, der deltog i programmet, fik udleveret et Kodak engangskamera med henblik på at tage billeder. Disse blev herefter sat sammen til et 464 meter langt billede til rekordbogen. De virksomheder og steder, som var værter for programmet i løbet af sommeren, fik opmærksomhed og omtale.

Flere tv-reklamer har løbende serier med en gennemgående figur. Disse figurer bliver populære hos seerne. Det kan være, fordi figurerne er søde eller sjove. Disse figurer går igen i andre medier, fx Sonofons Polle fra Snave, jf. ovenfor. DSB's Harry kan købes som tøjdukke og optræder fx på drikkekrus, på go' cards og juleka-

lender. Forbrugerne bliver positivt stemt overfor disse figurer og hermed måske også ubevidst overfor virksomheden bag figuren/reklamen.

Børnene elsker børneudsendelsen Bamse og Kylling i DR TV, og DR startede for år tilbage med at sælge Bamse og Kylling som tøjdukke, cd'er med sang og andre former for såkaldt merchandising omkring Bamse og Kylling. Dette fænomen har medierne indimellem stillet spørgsmålstejn ved. Udsendelserne med Bamse og Kylling vil kunne betragtes som en slags reklame for de produkter, som DR sælger. Se Politiken 20. marts 1998.

Forbrugerombudsmanden blev i 1992 – som medlem af Radio- og TV-Reklamenævnet – opmærksom på et program i en lokal tv-station. Programmet var angivet at være et forbrugeroplysende program om elektroterapibehandling. I udsendelsen, der varede halvdelen time, medvirkede én forhandler af et elektroterapiapparat, og hele udsendelsen vedrørte denne forhandlers virksomhed og salg af elektroterapiapparater og -behandlinger. Forhandlerens adresse, telefonnummer og åbningstider blev nævnt og vist adskillige gange. Forhandleren havde betalt 18.000 kr. for at medvirke i programmet og for udsendelsen heraf.

Der blev rejst tiltale ved Sø- og Handelsretten over for forhandleren og redaktøren for lokal-tv-stationen efter medieansvarsloven for overtrædelse af markedsføringslovens § 2, stk. 3, jf. stk. 1, ved at have produceret og bragt en tv-udsendelse, der fremtrådte som et journalistisk redigeret tv-program, uanset at tv-programmet i realiteten var reklame for et elektroterapiapparat.

Retten fandt, at udsendelsen i starten fremtrådte som forbrugeroplysende for herefter hurtigt at gå over til i det væsentlige at reklamere for apparatet, og at den anvendte fremgangsmåde måtte betegnes som vildledende og utilbørlig over for andre erhvervsdrivende og forbrugere, jf. markedsføringslovens § 2, stk. 3 og stk. 1. De tiltalte blev imidlertid frifundet på grund af formelle problemer med anklageskriftet. Dommen er refereret i UfR 1997, side 792/2 og omtalt i ÅB 97, side 49 ff.

4. Internettet

På internettet er grænsen mellem reklamer og underholdning, spil og information ofte flydende, således at det ikke altid er åbenbart, at der er tale om reklamer. Man kan finde virksomheders hjemmesider, hvor reklame indgår i spil og konkurrencer og anden form for underholdning. Reklamerne kan fx indgå som dyrefigurer, dukker og andre billeder og varemærker, der er tilknyttet produkter. Herved tilsløres selve reklamen. Påvirkningen af den skjulte reklame intensiveres, når reklamerne samtidig er interaktive. Den erhvervsdrivende opnår, at brugerne af internettet ubevidst bliver fortrolige med produkterne, når de møder produkterne i forretningerne eller får mulighed for at købe dem via nettet, foran tv-skærmen eller på anden vis.

Se ÅB 97, side 17 ff. om sagerne mod Disney og Kelloggs.

Den 1. juli 2000 blev det forbudt at sende reklame ved brug af elektronisk post, jf. § 6a i markedsføringsloven.

I bladet Internet nr. 1 fra 2001 er det anført, at det har vist sig, at brugere af internettet abstraherer fra bannerreklamerne, der også gør det langsommere at surfe. Virksomhederne ønsker imidlertid at udnytte internettet som reklamemedie, og en af måderne er, at udforme reklamerne som små, sjove interaktive spil. Dette kaldes advertisement – en sammentrækning af de engelske ord advertisement (reklame) og entertainment (underholdning). Reklamebudskaberne skal gøres så underholdende, at forbrugerne bruger lang tid på den enkelte virksomheds hjemmeside.

Som eksempel nævner bladet www.kelloggs.dk og Nestlés hjemmeside www.maxibon.com, hvor man kan bevæge sig rundt i en tegneserieby. Hjemmesiden indeholder også henvisninger til andre virksomheders produkter. Formålet med Maxibon City er at skabe en synergieffekt. Forbrugerne skal opleve genkendelsens glæde, når forbrugeren møder de samme budskaber, produkter, figurer og slogans på nettet, på tv, i biograferne, på reklamesøjler og på tryk.

I Børsen den 17. juli 2001 nævnes Viral Marketing, et koncept, der er udviklet af internetportalen Jubii. Idéen er, at venner via e-mail spreder vitser, spil, videouddrag mv. indeholdende reklamer. Som udgangspunkt er det i strid med § 6a i markedsføringsloven at sende e-mails med reklamer uden modtagers accept.

I forbindelse med downloadning på internettet bliver man i visse situationer nødt til at acceptere, at der installeres et program, som fremover holder øje med brugerens færden på nettet, og som betyder, at man ind imellem må finde sig i reklame, inden man går videre.

I rapporten »Konvergens i netværkssamfundet« nævnes det, at Rumpus.com har New Yorks næststørste animations-studie og stiller via sin hjemmeside en række egenproducerede tegnefilm og computerspil gratis til rådighed, mens legetøjsdyr, der svarer til figurerne i filmene og spillene, sælges over internettet. Rumpus har endvidere indgået kontrakt med Warner Bros om levering af tegnefilm til tv.

5. Skolesponsoring

Skolesponsoring er en særlig form for markedsføring, hvor virksomheder og erhvervslivets organisationer fx tilbyder skolerne gratis undervisningsmateriale og undervisning. Denne markedsføringsform medvirker til at skabe en ubevidst sympati for den sponsorerende virksomhed og dens produkter. Der er tale om en indirekte, skjult reklameeffekt.

Fra omtale i pressen kan fx nævnes:

Shell og FDB leverer undervisningsmateriale.

Tampax tilbyder undervisning i seksualvejledning.

Se bladet »Skole og samfund« nr. 10 fra november 1998, side 8 ff. og Tænk og Test, nr. 3, fra april 2000 side 12 ff.

I Forbrugerinformations Nyhedsbrev fra 14. september 2000 oplyses det, at virksomhederne og organisationerne står for trefjerdedele af den forbrugerinformation, som folkeskolerne får tilbudt.

6. Sponsoring til daginstitutioner

På tilsvarende måde tilbyder virksomheder fx gratis legetøj, musik og videofilm til daginstitutioner. Nogle daginstitutioner indgår endvidere i et samarbejde med virksomhederne om produktudvikling. Der er på samme måde som ved skolesponsoring tale om skjult reklameeffekt.

I midten af 2001 udgav Erhvervsfremmestyrelsen en guide »Samarbejde mellem daginstitutioner og virksomheder«. Formålet med guiden var at motivere og inspirere daginstitutioner og virksomheder til at samarbejde om at udvikle kvalitetslegetøj og andre pædagogiske produkter, der fremmer børns leg, læring, kreativitet og fantasi.

Et samarbejde som beskrevet i guiden mellem daginstitutioner og virksomheder betyder, at virksomhederne får deres produkter og varemærker testet og dermed præsenteret for børnene via leg. Der kan derved opstå særlig positive relationer til netop det legetøj og/eller varemærker/logoer, der indgår i testen. Den positive oplevelse kan senere have indflydelse på børnenes ønsker og valg af legetøj, fx når de genser legetøjet i butikkerne eller i legetøjskataloget. Sag 2000-7129/5-31

Guiden blev fulgt op af flere artikler i dagspressen. Det fremgik heraf, at fx Lego og DR i mange år har samarbejdet med flere daginstitutioner. Samtidig blev der i aviserne givet udtryk for bekymring bl.a. fra forældre -og børneorganisationer. Se bl.a. Politiken den 11. og 13. juni 2001 og Berlingske Tidende den 12. juni 2001.

7. Gaver til kendte personer/honorar til kendte personer

- Ugebrevet Mandag Morgen 25. juni 2001, skrev om, hvorledes virksomheden Gucci har foræret flere tv-værtinder et eksklusivt Gucci-ur. Ugebladet skriver bl.a., at disse kvinder er den bedste reklame, Gucci kan få. Som fremtrædende rollemodeller er de med til at inspirere hundredetusinder af købedygtige kvindelige forbrugere. Der blev i dagene derefter skrevet en del i dagbladene om problematikken. Til Politiken udtaler en importør af Gucci-ure, at folk lader sig ubevidst påvirke af de ting, de ser på personligheder.
- I forlængelse af Gucci-sagen blev der også skrevet om ministerbiler og gaver til de kongelige. Politiken 2. september 2001 og Berlingske Tidende 3. september 2001

- Fodboldspillere, der fx i tilfælde af et scoret mål får betaling af en bestemt virksomhed for at udføre jubelscener foran en bestemt reklame på fodboldbanen.
- Popstjerner og andre kendte personer, der er rene markedsføringskoncepter, fx har Michael Jackson indgået aftale med Pepsi.

8. Gaver i øvrigt

- Syge børn på danske hospitaler får reklamemateriale fra Teledanmark i form af en bamse, en børnebog, medalje og et diplom, når de skal bedøves før en operation oplyser Morgenavisen Jyllandsposten, 20. august 1998, og Berlingske Tidende, 23. maj 2000.
- Nybagte mødre får på føde-/barselsgangen en gavepose med reklamer og prøver på forskellige babyprodukter. I en artikel i Politiken den 18. september 1998 bliver det oplyst, at personalet får 4 kr. pr. udleveret pose.
- Gravide får bøger, pjecer og andet hos læge og jordemoder. Bag disse ting står forskellige virksomheder der forhandler bleer og andre babyprodukter, se Politiken, 18. marts 2001. «Vordende forældre bombarderes med reklamer» skriver Aktuelt, 21. marts 2001.
- Læger inviteres til konferencer af medicinalfirmaer med rejsen betalt

9. Reklame i bøger

- Forfatteren Fay Weldon har ifølge oplysninger i aviserne modtaget penge af et eksklusivt italiensk modefirma for at indlægge reklame i sin nyeste bog, Berlingske Tidende, 8. september 2001, Morgenavisen Jyllandsposten, 5. september 2001, og Politiken, 5. september 2001.
- Disney- og Egmont koncernen overvejede ifølge Politiken, 10. juli 2001, at få aftaler med virksomheder om indflydelse på indholdet i Disney-bøger. Konceptet skulle være kendt fra Frankrig, hvor bl.a. katteremadssproducenten Fri-skies skulle have fået logo på forsiden og indflydelse på historien i et hæfte, hvor Anders And's nevøer Rip, Rap og Rup fortalte om forholdet mellem fugle og katte.
- Et forlag udgav grund- og arbejdsbøger i matematik, hvor bøgerne var gennemillustreret med billeder af kendte produkter og mærkevarer. Sag 2000- 989/5 – 643 og ÅB 2000 side 47 ff.
- Skolebøger/sponsorering: Det er blevet almindeligt, at virksomheder og erhvervslivets organisationer tilbyder gratis bøger og anden undervisningsmateriale til skolerne. Materialet er med til at skabe kendskab og sympati for den sponsorerende virksomhed og dens produkter.

10. Personligt adresserede breve (direct mail)

Personligt adresserede breve fra erhvervsdrivende kan have en så personlig udformning, at det egentlige formål med brevet, nemlig salg af varer eller tjenesteydelser, ikke umiddelbart er til at gennemskue. Salgshensigten er kamufleret.

Som eksempel kan nævnes konceptet for et månedsblad. Forlaget skriver personligt adresserede breve til forbrugerne, som efter Forbrugerombudsmandens opfattelse let kan forveksles med almindelige breve med personlige, ikke kommercielle meddelelser. Brevene giver modtager indtryk af, at denne er særlig heldig og på vej til at vinde en stor gevinst. Det egentlige budskab om abonnement på månedsbladet eller på klubbøger forsvinder i brevenes fremhævelse af konkurrencer og gaver. ÅB 95, side 73 ff.

11. Salgsfremmende foranstaltninger rettet mod venner og bekendte

Der er tale om markedsføring kamufleret som et godt råd fra en ven eller sagkyndig i en situation, hvor forbrugeren typisk ikke er på vagt, fx børnehavepædagoger, der over for forældrene anbefaler en bestemt sko som særlig børnevenlig, uden at forældrene ved, at pædagogerne på denne måde opnår personlige rabatter hos den erhvervsdrivende, som markedsfører de pågældende sko.

12. Anden form for salgsfremmende foranstaltning

Som andre eksempler kan nævnes salgsfremmende foranstaltninger kamufleret som en markedsundersøgelse, et brev eller en anbefaling fra en offentlig myndighed eller som redaktionel tekst.

13. Duftmarkedsføring

Forbrugerombudsmanden er af den opfattelse, at duftmarketing – dvs. brug af dufte til at påvirke forbrugers underbevidsthed med det formål at øge salget af en vare – er betænkeligt. Efter Forbrugerombudsmandens opfattelse er det, i lighed med andre markedsføringsteknikker der påvirker forbrugernes underbevidsthed, i strid med god markedsføringsskik, såfremt forbrugerne ikke er klar over, at de udsættes for denne påvirkning. Brug af dufte, der understreger eller illustrerer et produkts egenskaber – eksempelvis udsendelse af appelsinduft i frugtafdelingen – kan ikke generelt siges at være i strid med god markedsføringsskik.

Anvendes duftpåvirkningerne til at vildlede forbrugerne, forholdet det sig anderledes. Det vil således kunne indebære en overtrædelse, såfremt man ved dufte forleder forbrugerne til at tro, at en vare har egenskaber, den rent faktisk ikke har. Såfremt forretninger anvender udsendelse af dufte som led i markedsføringen, finder Forbrugerombudsmanden det rimeligt, at forbrugerne oplyses her-

om ved skiltning i forretningen. ÅB 1995, side 45 og ÅB 1996, side 37. (2001-989/5-866)

2.2.2. Vildledende prisangivelser

2.2.2.1. Forbrugerombudsmandens vejledning om prismarkedsføring, februar 2002

Forbrugerombudsmanden har i februar 2002 udsendt en ny udgave af sin vejledning vedrørende prismarkedsføring. Den tidligere udgave blev udsendt i 1997. I den nye udgave er medtaget reglerne om sammenlignende reklame i markedsføringslovens § 2 a, der trådte i kraft den 1 april 2000. Samtidig er vejledningen ændret som følge af, at den retssag, der blev udførligt omtalt i den tidligere udgave af vejledningen, er afsluttet med et forlig. Om denne sag henvises til årbog 2000 afsnit 2.2.2.1.

Prismarkedsføring *Forbrugerombudsmandens vejledning⁵*

Pris og kvalitet er noget, der altid interesserer forbrugerne. De erhvervsdrivendes prisoplysninger indgår da også som en vigtig del af markedsføringen for varer og tjenesteydelser.

Målet med denne vejledning er at sikre en mere reel priskonkurrence mellem de erhvervsdrivende ved at hjælpe dem til at anvende korrekte prisangivelser i markedsføringen. Forbrugerne har krav på sandfærdige, klare og utvetydige oplysninger om priser og andre faktiske forhold.

Husk at prismarkedsføring bedømmes med udgangspunkt i det helhedsindtryk, den umiddelbart giver forbrugerne. Ordvalg, annonceropsætning og samspil mellem forskellige markedsføringsmidler skaber helhedsindtrykket.

Grundlæggende for al erhvervsmæssig aktivitet er forbuddet i **markedsføringslovens § 1** mod handlinger, der strider mod god markedsføringsetik.

⁵ Vejledningen blev først udsendt i december 1997. I denne udgave er der taget højde for 1) sammenlignende reklame og 2) Bilka-forliget. Endvidere er der foretaget mindre redaktionelle rettelser.

Af særlig relevans i forbindelse med prismarkedsføring er **markedsføringslovens § 2, stk. 1**:

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.

Endvidere skal fremhæves dokumentationskravet i **markedsføringslovens § 2, stk. 4**:

Rigtigheden af angivelser om faktiske forhold skal kunne dokumenteres.

Om særtilbud bestemmes det i markedsføringslovens § 2 a, stk. 3:

I enhver sammenlignende reklame, som indeholder særtilbud, skal det klart fremgå, hvornår tilbuddet ophører eller efter omstændighederne, at tilbuddet kun gælder, så længe de pågældende varer og tjenesteydelser er til rådighed. Gælder særtilbuddet endnu ikke, skal det tillige oplyses, hvornår perioden for den særlige pris eller for andre særlige betingelser begynder.

Den 1. april 2000 trådte de nye regler i markedsføringslovens § 2 a i kraft. De fastsætter, under hvilke betingelser det er tilladt at anvende sammenlignende reklame i markedsføringen. Reglerne omfatter ikke alt, hvad der traditionelt er betegnet som sammenlignende reklame. Reklame, der ikke er omfattet af de nye regler, skal derfor fortsat bedømmes efter markedsføringslovens øvrige bestemmelser.

Markedsføringslovens § 1, § 2 og § 2 a er i deres helhed gengivet i bilag 1-2 til denne vejledning.

Baggrunden for vejledningen

Vejledningen behandler en række hyppigt anvendte salgsfremmende prisudsagn, der erfaringsmæssigt giver anledning til problemer, og giver udtryk for de synspunkter, Forbrugerombudsmanden vil lægge til grund ved sin administration af markedsføringsloven i forbindelse med prismarkedsføring. Den må dog ikke betragtes

som en udtømmende gennemgang af de regler, der gælder på området.

I virkeligheden kunne man betegne en vejledning som denne som »en generel forhåndsbesked« efter markedsføringslovens § 18. Ifølge denne bestemmelse skal Forbrugerombudsmanden på begæring afgive en udtalelse om sit syn på lovligheden af påtænkte markedsføringsforanstaltninger. En forhåndsbesked er en orientering – ikke en bindende stillingtagen til lovligheden. I lovmotiverne til § 18 betegnes forhåndsbesked både som informationsmulighed for virksomhederne og som styringsinstrument for Forbrugerombudsmanden. Da mange af de problemer i markedet, Forbrugerombudsmanden får kendskab til, vedrører mange virksomheder, kan det være til nytte at udsende generelle forhåndsmeddelelser (vejledninger) om, hvordan Forbrugerombudsmanden vurderer problemerne. Det er imidlertid stadig virksomhederne, der selv må tage ansvaret for lovligheden af deres markedsføring.

I en vejledning kan Forbrugerombudsmanden fx også signalere, at sædvanligt anvendte fremgangsmåder – som måske har været accepteret i retspraksis – efter Forbrugerombudsmandens opfattelse ikke længere er tidssvarende, fx fordi erfaringerne hermed har været utilfredsstillende, eller fordi udviklingen kræver ændringer. Og her kommer markedsføringslovens fleksibilitet ind i billedet, idet lovens hovedsigte er at sikre, at fortolkning og praksis løbende tilpasses udviklingen. Forbrugerombudsmandens rolle er efter lovens § 16 at søge at påvirke de erhvervsdrivende til at handle efter principperne for god markedsføringsskik og til at holde loven i øvrigt.

Vejledningen indeholder følgende hovedafsnit:

Prissammenligninger

- egen pris sammenlignet med andres normalpris – med en markedspris – med en vejledende pris
- specielle formkrav til annoncer med »særtilbud«, markedsføringslovens § 2 a, stk. 3 – begrænset vareudbud
- sammenligning med andres prisniveau – generelle udsagn om prisbillighed
- krav til dokumentation
- prisgarantier
- sammenligning med egen tidligere pris (normalpris, førnu, udsalg, mv.)
- brugte varer og andre unika

Salgsfremmende udtryk i øvrigt

- spar
- fabrikssalg, engrospriser, tilbud, gratis, mv.
- fast indbytningspris.

Andre krav til markedsføringen

- hvis varen ikke når frem til tiden
- billede og tekst
- opbevaring af dokumentation.
- ansvar for reklamebureauer, udgivere og redaktører

PRISSAMMENLIGNINGER:

SAMMENLIGNING MED ANDRE ERHVERVSDRIVENDES PRISER OG PRISNIVEAU – DOKUMENTATIONSKRAVET I MARKEDSFØRINGSLOVENS § 2, STK. 4

Egen pris for en bestemt vare eller tjenesteydelse sammenlignet med andres normalpris for en identisk vare

Det bør klart fremgå af annoncen, når en pris sammenlignes med andre erhvervsdrivendes normalpris, idet forbrugeren ellers forledes til at tro, at den erhvervsdrivende sammenligner med sin egen »før-pris«. Det kan for eksempel gøres ved at anvende udtrykket »andres normalpris«, medmindre dette klart fremgår af omstændighederne i forbindelse med skiltningen eller annonceringen.

Ved en sådan sammenligning med andres normalpris bør den erhvervsdrivende kunne dokumentere, at alle forretninger, det efter omstændighederne er rimeligt at sammenligne sig med⁶, sælger varen eller tjenesteydelsen til den angivne normalpris. Præciseres det, hvilke erhvervsdrivende der sammenlignes med, skal dokumentationen blot angå disse forretningers normalpris.

Sammenligningen må ikke være vildledende. De varer eller tjenesteydelser, sammenligningen gælder, bør være af nøjagtig samme art og kvalitet og sælges på i det væsentlige samme vilkår. Sammenlignes der med normalprisen for en vare, som ikke er helt identisk med den vare, der markedsføres, må forskellen klart fremgå.

Et udsagn om normalpris kan ikke dokumenteres ved blot at henvise til producentens eller importørens oplysning om den vejledende pris, se nedenfor om »vejledende pris«.

Ved en sammenligning med konkurrenternes normalpris, skal den angivne normalpris være korrekt på annonceringstidspunktet⁷. Det-

⁶ Når man sammenligner egen pris med andres normalpris, får forbrugeren den opfattelse, at han kan spare differencen i forhold til alle andre, der sælger varen. Hvis man markedsfører sig i hele landet, skal man derfor kunne dokumentere, at den angivne normalpris er gældende hos enhver konkurrent i hele landet. Markedsfører man sig derimod i et mindre geografisk område, skal man kun kunne dokumentere, at varen sælges til den angivne normalpris hos konkurrenterne i det pågældende område.

⁷ Når man sammenligner egen pris med andres normalpris, får forbrugeren den opfattelse, at han kan spare differencen i forhold til alle andre, der sælger varen. Hvis man markedsfører sig i hele landet, skal man derfor kunne dokumentere, at den angivne normalpris er gældende hos enhver konkurrent i hele landet. Markedsfører man sig derimod i et mindre geografisk område, skal man kun kunne dokumentere, at varen sælges til den angivne normalpris hos konkurrenterne i det pågældende område.

te er ikke til hinder for, at den erhvervsdrivende laver historiske sammenligninger af samtidigt indhentede priser, blot disse ikke er egnet til at vildlede, fx ved en indirekte sammenligning med egen pris på annonceringstidspunktet. En sammenligning mellem den erhvervsdrivendes egen pris på annonceringstidspunktet og konkurrenternes pris på et tidligere tidspunkt, vil – uanset om dette klart er præciseret i annoncen – være uden relevans for forbrugerne og tillige illoyalt overfor konkurrenterne.

Sammenligning med en markedspris

En sammenligning af egen pris med en markedspris forudsætter, at det kan dokumenteres, at varen sælges til den angivne markedspris på den del af markedet, det er rimeligt (se note 5) at sammenligne sig med. Det er i øvrigt Forbrugerombudsmandens opfattelse, at udtrykket »markedspris« må forstås på samme måde som udtrykket »normalpris«. »Markedspris« må ikke anvendes om den gennemsnitlige pris på markedet. Hvis en erhvervsdrivende vil sammenligne sin pris med en gennemsnitspris, er det dette udtryk, der bør anvendes i annoncen.

Sammenligning med en vejledende pris

En vejledende pris er den pris, som importøren eller et andet tidligere salgsled har foreslået detailhandleren at videresælge varen til. Det er imidlertid detailhandleren, der fastsætter prisen, og den vejledende pris er principielt uden interesse for forbrugeren.

Det er langt fra sikkert, at en vare overhovedet udbydes til den vejledende pris. Derfor må egen pris kun sammenlignes med en vejledende pris, hvis det kan dokumenteres, at varen eller tjenesteydelsen på annonceringstidspunktet sælges til den vejledende pris på den del af markedet, det er rimeligt (se note 5) at sammenligne med.

Formkrav ved annoncering med »særtilbud«

Markedsføringslovens § 2 a, stk. 3, bestemmer, at i enhver sammenlignende reklame, der indeholder særtilbud, skal det klart fremgå, hvornår tilbuddet ophører eller efter omstændighederne, at tilbuddet kun gælder, så længe de pågældende varer og tjenesteydelser er til rådighed. Gælder særtilbuddet endnu ikke på annonceringstidspunktet, skal det tillige oplyses, hvornår perioden for den særlige pris eller for andre særlige betingelser begynder.

Ved »særtilbud« forstås enhver form for tilbud til forbrugeren om at erhverve en vare eller en tjenesteydelse på særlig favorable vilkår. Tilbuddet kan således ikke blot gå på prisen, men også på fx specielt fordelagtige kreditvilkår.

Hvis tilbuddet kun gælder fx ugen ud, skal dette anføres.

Begrænset vareudbud

Der bør altid være varer nok til at imødekomme en efter varens og forretningens art forventelig efterspørgsel. Der skal herved tages hensyn til, hvor mange husstande, der har modtaget tilbuddet. Er der tale om en begrænset mængde varer i forhold til den efterspørgsel, der med rimelighed kan forventes, skal der tages et forbehold, der fremgår klart og iøjnefaldende af tilbudsmaterialet. Det kan gøres ved at skrive fx »så længe lager haves« eller »begrænset mængde«. Er antallet meget begrænset, bør det i annoncen oplyses, hvor mange eksemplarer af varen, der udbydes.

Generelle udsagn om prisbillighed. Sammenligning med andre erhvervsdrivendes prisniveau

Det er Forbrugerombudsmandens opfattelse, at udsagn om generel prisbillighed er udsagn om faktiske forhold, der skal kunne dokumenteres af den erhvervsdrivende, jf. markedsføringslovens § 2, stk. 4.

Det drejer sig om udsagn, der direkte eller indirekte indeholder en sammenligning med andre forretningsdrivendes prisniveau på en eller flere varekategorier eller på alle varer. Det er Forbrugerombudsmandens opfattelse, at et udsagn som »Vi er billigere« skal opfattes som absolut, således at billigheden gælder alle varer, og sammenligningen gælder alle andre forretninger. Dokumentationen for udsagnets rigtighed bør således – afhængig af udsagnet – omfatte alle forretninger, der markedsfører de samme produkter, i det for udsagnet relevante, geografiske område.

Dokumentation skal foreligge i form af en prisundersøgelse

Det er Forbrugerombudsmandens opfattelse, at prisundersøgelsen skal opfylde følgende krav:

- oplysninger om egne og konkurrenternes priser skal være indhentet samtidigt,
- kun identiske varer og ydelser må indgå i undersøgelsen,
- undersøgelsen skal omfatte alle de forretninger, man sammenligner sig med i reklameudsagnet.

ad 1:

Som det ses ovenfor stilles der ikke et direkte krav om aktualitet, men derimod blot krav om, at priserne skal være indhentet samtidig hos forretningen selv og de konkurrenter, man sammenligner sig med. Samtidig stilles der krav om, at tidspunktet for prisundersøgelsen skal oplyses i annoncen på iøjnefaldende måde og i umiddelbar tilknytning til udsagnene, jf. nedenfor under »Krav til annoncen«.

Forbrugerombudsmanden forudsætter, at forretningerne ikke har nogen interesse i at annoncere med gamle prisundersøgelser, da sådanne uaktuelle prisundersøgelser ingen relevans har for forbrugerne. Aktualitetskravet er således erstattet med krav om samtidighed samt oplysning om tidspunktet for undersøgelsen. Det er fortsat de erhvervsdrivendes ansvar, at der er sammenhæng mellem undersøgelsens resultat og udsagnet, se nedenfor under »Krav til udsagnet« .

ad 2:

Man bør ikke basere en prisundersøgelse på en sammenligning mellem produkter, der ikke er identiske med hensyn til både kvalitet og mængde, idet det både vil kunne være vildledende for forbrugerne og illoyalt over for konkurrenterne.

ad 3:

Hvis man ikke udtrykkeligt angiver en eller flere navngivne konkurrenter, men udsagnet er så bredt formuleret, at det må forstås som en sammenligning med samtlige forretninger, der markedsfører de samme produkter, da bør en prisundersøgelse være foretaget i samtlige disse forretninger.

Krav til udsagnet:

Udsagnene må ikke gå ud over, hvad undersøgelsen har dokumenteret. Er det for eksempel dokumenteret, at man er billigst med alle varer i en varekategori, eller at man i gennemsnit er billigere end de konkurrenter, man sammenligner sig med, så må udsagnet efter Forbrugerombudsmandens opfattelse ikke give udtryk for mere end dette. Det vil således være vildledende, hvis man skriver, at man er billigst med alle varer og i forhold til alle andre, hvis man ikke har dækning for denne absolutte billighed i sine prisundersøgelser.

Krav til annoncen:

Tidspunktet for prisundersøgelsen skal efter Forbrugerombudsmandens opfattelse oplyses i annoncen på iøjnefaldende måde og i umiddelbar tilknytning til udsagnene. Se ligeledes ovenfor under ad 1, vedrørende aktualitetskravet og kravet til samtidighed.

PRISGARANTIER:

Prisgarantier ses stadig hyppigere anvendt i markedsføringen. En prisgaranti forpligter den erhvervsdrivende i overensstemmelse med garantierklæringens indhold. Typisk giver den den forbruger, der kan påvise, at varen kan købes billigere andetsteds, ret til at få udbetalt differencen.

Krav til anvendelsen af prisgarantier:

1. Løftet i en prisgaranti bør være reelt

Garantien bør ikke indeholde begrænsninger, som gør den illusorisk, og den bør ikke anvendes om varer, der kun markedsføres af den pågældende erhvervsdrivende selv.

Kravene til forbrugerens dokumentation for en lavere pris andetsteds bør ikke være for omfattende. Kan forbrugeren sandsynliggøre – fx ved at fremlægge en annonce – at varen kan erhverves billigere i en anden forretning, og at garantibetingelserne i øvrigt er opfyldt, bør den erhvervsdrivende som udgangspunkt indfri sit garantitilsagn.

2. Alle betingelser og begrænsninger, der opstilles for retten til at gøre garantien gældende, bør fremgå klart af enhver form for markedsføring af garantien – også annoncer

Eksempel 1: Tidsmæssig begrænsning. Garantens gyldighedsperiode bør ikke være så kort, at der ikke levnes forbrugeren praktisk mulighed for at gøre sin ret efter garantien gældende over for den erhvervsdrivende.

Eksempel 2: Geografisk begrænsning. En geografisk afgrænsning bør defineres klart og således, at der ikke kan opstå tvivl. Fx kan postnumre anvendes.

Eksempel 3: Undtagelser for visse salgsformer. Der kan fx være tale om postordresalg eller specialtilbud hos konkurrenter.

3. Den erhvervsdrivende bør bestræbe sig på at holde sine priser på niveau med markedets laveste

Det er Forbrugerombudsmandens opfattelse, at ordet prisgaranti må opfattes som et signal om, at den pågældende erhvervsdrivendes priser som altovervejende hovedregel ligger på linie med markedets laveste og som et indirekte tilsagn om, at varen ikke – eller ikke let – kan findes andetsteds til en lavere pris. Mange forbrugere vil formentlig i tillid hertil undlade selv at undersøge priserne hos konkurrenterne.

Så snart en forbruger har gjort prisgarantien gældende for et produkt, bør den erhvervsdrivende derfor generelt nedsætte sin pris for produktet til den lavere pris, der således er dokumenteret.

SAMMENLIGNING MED EGEN TIDLIGERE PRIS:

Sammenligning med egen »normalpris«:

Det bør klart fremgå af annoncen, at det er den erhvervsdrivendes egen normalpris, der sammenlignes med.

Det bør kunne dokumenteres, at nøjagtig samme vare eller tjenesteydelse i en længere periode umiddelbart forud for annonceringstidspunktet har været solgt til den angivne normalpris i den erhvervsdrivendes virksomhed. Der foreligger ikke retspraksis, der kan belyse, hvad der skal forstås ved »en længere periode«. Det må imidlertid understreges, at prisudsagn skal være reelle og ikke vildlede forbrugerne. Sætter en erhvervsdrivende kortvarigt prisen for en vare op for derefter at kunne markedsføre varen med en stor prisnedsættelse, kan dette være vildledende. Omvendt, hvis varen har været solgt i fx fem måneder til samme pris, vil anvendelsen af udtrykket »normalpris« eller »før-pris« utvivlsomt være i orden.

Når en vares pris sammenlignes med egen normalpris, bør den nedsatte pris kun gælde i en kort periode. I modsat fald vil den sidstnævnte pris blive en ny normalpris. Heller ikke spørgsmålet om, hvad der her skal forstås ved »en kort periode« er afgjort i retspraksis.

Det kan efter omstændighederne være muligt at sammenligne med egen normalpris, selvom en vare ikke tidligere har været solgt i den pågældende forretning. Det gælder for eksempel, hvis det klart fremgår, at der er tale om et åbningssalg eller et introduktionstilbud, og varen i en længere periode (se ovenfor) efter introduktionstilbuddets ophør bliver solgt til normalprisen, eller hvis det dokumenteres, at varen bliver solgt til den angivne normalpris i andre forretninger tilhørende samme kæde.

Før – nu, nedsat, rabat

Der kan annonceres eller skiltes med disse udtryk, hvis det kan dokumenteres, at en vare eller tjenesteydelse er blevet solgt eller udbudt i den pågældende virksomhed til den angivne førpris i en længere periode (se ovenfor) umiddelbart før prisnedsættelsen.

Udsalg

Udtrykket »udsalg« bør kun anvendes, hvis det kan dokumenteres, at der er tale om varer, som umiddelbart forud for udsalget blev udbudt til salg til en højere pris i forretningen. Andre varer, der er indkøbt særligt fordelagtigt, og derfor kan sælges billigere end normalt, eller varer der sælges umiddelbart efter indkøb, må ikke sælges som »udsalgsvare.«

Ophørsudsalg

Der må ikke tilføres nye varer til et ophørsudsalg. Varer, som man har bestilt hjem før ophørsudsalget begyndte, og som man er forpligtet til at modtage, må dog sælges under ophørsudsalget.

Der kan ikke sættes en frist for, hvor længe et ophørsudsalg må vare. Da der ikke må tilføres varer til et ophørsudsalg, ophører dette senest, når varerne er solgt ud.

Brugte varer og andre unika

Om sådanne varer – eksempelvis brugte biler og kunstgenstande –, som den pågældende erhvervsdrivende ifølge sagens natur ikke kan have solgt tidligere til en højere pris, bør udtryk som »før-nu«, »nedsat«, »udsalg« og andre udtryk, der angiver at prisen er nedsat, ikke anvendes.

ANDRE SALGSFREMMEDE UDTRYK:

Spar

Ved anvendelse af dette udtryk bør der kunne dokumenteres en reel besparelse på annonceringstidspunktet.

2. sortering

Priser på 1. og 2. sortering må gerne sammenlignes, hvis det klart fremgår, at der er denne forskel i kvalitet. Anvendelse af udtryk som »før – nu« må ikke anvendes i denne sammenhæng.

Fabrikssalg, fabrikspris og lign.

Disse udtryk bør kun bruges om specielt lave priser, og når varerne sælges fra egen fabrik, eller salget sker fra lokaler, der ligger umiddelbart i nærheden af fabrikken.

Engros-priser, Engros-salg

Anvendelse af disse udtryk, forudsætter, at varen sælges til den pris, som detailhandlere skal give hos importør eller grossist, og forbrugeren således kan spare detailavancen.

Tilbud, kun, chokpris, etc.

Selvom det ikke i forbindelse med disse udtryk udtrykkeligt angives, at prisen for varen normalt er højere, giver de forbrugeren det indtryk, at der er tale om et særligt fordelagtigt køb. Disse udtryk bør derfor ikke anvendes – blot på grund af deres salgsfremmende effekt – hvis de er uden reelt indhold.

Gratis

Ordet »gratis« må i almindelighed kun anvendes, når forhandleren ikke afkræver kunden nogen som helst form for betaling. Det kan være i strid med markedsføringslovens § 6 om tilgift, hvis modtagelsen af en gratis vare er betinget af køb af en anden vare eller ydelse. Se herved Forbrugerombudsmandens vejledning om tilgift og konkurrencer.

Fast indbytningspris

Ved fast indbytningspris forstås, at en erhvervsdrivende tilbyder et forud fastsat beløb for en ubeset, brugt vare, der tages i bytte ved køb af en ny. Det er Forbrugerombudsmandens opfattelse, at denne form for markedsføring i almindelighed er i strid med god markedsføringsskik, idet den virker prisslørende og er egnet til at påvirke konkurrencen på en uheldig måde.

ANDRE KRAV TIL MARKEDSFØRINGEN:

Varen er ikke nået frem til tiden

Man bør ikke annoncere med tilbud på en vare, hvis man på grund af tidligere leveringssvigt eller lignende, ikke er sikker på, at varen kan være til stede i forretningen på det tidspunkt, tilbuddet træder i kraft.

I de tilfælde, hvor varen ikke er fremme i forretningen til tiden, vil det bedste naturligvis være, hvis den erhvervsdrivende kunne berigtige oplysningen, før forbrugeren havde ulejlighed med at tage hen til den erhvervsdrivendes forretning. En sådan berigtigelse kunne eksempelvis hæftes på tilbudsavisen eller på anden relevant måde offentliggøres, inden tilbuddet trådte i kraft. Såfremt en sådan berigtigelse ikke er mulig, bør den erhvervsdrivende råde bod på skaden ved at tilbyde de forbrugere, der efterspørger varen, et bevis for retten til at få varen til den annoncerede pris, når den kommer frem, eller tilbyde en tilsvarende eller bedre vare til samme pris.

Billede og tekst

Hvis man afbilder en vare, bør billede og tekst svare til hinanden. Der må for eksempel ikke være tvivl om, hvor meget af det afbildede, der er omfattet af den angivne pris.

Kundeklubber, bonusprogrammer mv.

Se om prisgennemsigtighed i de nordiske forbrugerombudsmands vejledning »Loyalitetsprogrammer i markedsføringen«.

Ansvar for reklamebureauer, udgivere og redaktører

Ud over den erhvervsdrivende, der bestiller eller indrykker en annonce, kan også reklamebureauer, udgivere og redaktører ifalde strafansvar for annoncens indhold.

Reklamebureauer kan ifalde strafansvar, hvis reklamefolkene indser eller bør indse, at en reklame indebærer en overtrædelse af markedsføringsloven.

Udgiveren af et annoncenhæfte eller lignende har en vis pligt til at gennemse en annonce inden den udgives. Udgiveren kan ifalde strafansvar for medvirken til overtrædelse af markedsføringsloven, når overtrædelsen er klar og derfor umiddelbart burde være konstateret af udgiveren.

Redaktøren af et periodisk tidsskrift, er efter medieansvarslovens § 27, stk. 2, ansvarlig for indholdet af annoncer efter lovgivningens almindelige regler.

Anvendelse af privatpersoners udsagn i markedsføringen

Når en erhvervsdrivende bruger en privatpersons udtalelse i sin markedsføring, vil den erhvervsdrivende efter omstændighederne kunne ifalde strafansvar, hvis udtalelsen viser sig at være urigtig eller vildledende. Den erhvervsdrivende bør indhente personens tilladelse til at bruge udtalelsen og et evt. billede i markedsføringsøjemed.

Opbevaring af dokumentation

Alle angivelser om faktiske forhold skal kunne dokumenteres, jf. markedsføringslovens § 2, stk. 4. Det må anbefales, at dokumentationen opbevares i minimum 2 år, da der først efter dette tidspunkt indtræder strafferetlig forældelse. En erhvervsdrivende kan endvidere også efterfølgende risikere en henvendelse fra konkurrenter, der anmoder om dokumentation for prisudsagnets rigtighed.

Ved udsendelse af denne vejledning ophæves Forbrugerombudsmandens vejledning om prismarkedsføring fra december 1997.

NB: I speciallovgivningen, navnlig prismærkningsloven med tilhørende bekendtgørelser, finder man særlige regler om meddelelse af prisoplysninger. Prismærkningsloven administreres af Forbrugerstyrelsen. Vejledning herom kan fås ved henvendelse til Forbrugerstyrelsen eller under prismærkningsloven og bekendtgørelser på www.fs.dk.

- 2.3. Lovens § 3. Brugervejledninger**
- 2.4. Lovens § 4. Garanti**
- 2.5. Lovens § 5. Forretningskendetegn**
- 2.6. Lovens § 6. Tilgift**

2.7. Lovens § 7. Mængdebegrænsning

2.7.1. Retssag mod lavprisvarehus for overtrædelse af forbuddet mod mængdebegrænsning

Forbrugerombudsmanden har i foråret 2001 anlagt sag mod et stort dansk lavprisvarehus for overtrædelse af forbuddet mod mængdebegrænsning i markedsføringslovens § 7.

Reglen bestemmer, at der ikke må sættes et loft for, hvor mange varer af en bestemt type, som den samme kunde må aftage. Bestemmelsen blev indført for at hindre store varehuses brug af slagtilbud. Man mente, at brugen af slagtilbud ville medføre, at mindre butikker ville forsvinde, og dermed ville indkøbsforholdene for specielt den del af befolkningen, der bor i tyndt befolkede områder, eller som har dårlige transportmuligheder, navnlig pensionister, blive forringet.

Det pågældende lavprisvarehus i sagen har reklameret med pris-differentieret tilbud, således at kunderne kan købe fx 3 stk. af en bestemt vare til nedsat pris, mens de ved køb af yderligere varer må betale fuld eller næsten fuld pris.

Forbrugerombudsmanden har fået klager over denne fremgangsmåde og har meddelt lavprisvarehuset, at han finder, at der er tale om en omgåelse af markedsføringslovens § 7. Det pågældende lavprisvarehus er uenig i denne vurdering og har afvist at ophøre med markedsføringsformen. For at få afgjort spørgsmålet har Forbrugerombudsmanden efter en konkret vurdering valgt at anlægge sag om forbud mod brug af denne fremgangsmåde. Sagen forventes afgjort foråret 2002. (2001-989/5-754)

2.8. Lovens § 8. Rabat

2.9. Lovens § 9. Præmiekonkurrencer

2.9.1. Markedsføringskampagne om auktionssalg på internettet – markedsføringslovens § 9

En sodavandsproducent bad Forbrugerombudsmanden om en forhåndsbesked om et påtænkt markedsføringstiltag.

Producenten påtænkte at lave en kampagne, hvor sodavandsflaskerne havde påtrykt en unik kode bag på flaskernes etiketter. Koderne kunne læses og »indsamles« af forbrugere, der købte/drak læskedrikken. Koderne skulle »sættes ind« på en »konto« på en hjemmeside.

Ved hjælp af disse koder/points var der herefter mulighed for at købe forskellige ydelser (varer/serviceydelser – fx tasker, ure, rejser, oplevelser m.m.), som blev udbudt til salg over internettet – på auktionsvilkår, dvs. uden fastsat »pris« for ydelserne. Deltagerne i auktionen kunne byde X antal points, og varen blev solgt til højest

bydende. Denne »konto« blev så debiteret for det relevante antal points. De, der ikke bød nok, beholdt deres points og kunne byde på andre varer. Der blev ikke tilbudt kontant indløselighed, da koderne værdi ikke kunne forudbestemmes. Points, der ikke var anvendt til køb inden kampagnens afslutning, måtte forventes at blive annulleret.

Erhvervelsen af de forskellige ydelser var således betinget af køb, dog således at ikke alle købere af sodavanden kunne være sikker på at modtage en eller flere ydelser. Dette beroede på de tilfældighedsmomenter, som var forbundet med auktionssalg.

Forbrugerombudsmanden meddelte den erhvervsdrivende, at den omstændighed, at ydelsen fordeles på auktionsvilkår som beskrevet, bevirkede, at der forelå en overtrædelse af markedsføringslovens § 9, stk. 1, hvorefter afsætning til forbrugere af formuegoder eller tjenester ikke må søges fremmet af en mulighed for gevinst ved deltagelse i lodtrækning, præmiekonkurrence eller anden form for foranstaltning, hvis udfald beror helt eller delvis på tilfældet, såfremt deltagelsen er betinget af køb.

Forbrugerombudsmanden betragtede således den omstændighed, at ydelserne uddeles på basis af en såkaldt auktion, som »anden form for foranstaltning«, jf. § 9, stk. 1, i markedsføringsloven. Forbrugerombudsmanden var endvidere af den opfattelse, at deltagelse i disse auktioner ikke var en individuel præstation. (2001-7125/5-156)

2.10. Retningslinier

3. Betalingsmiddeloven

3.1. Principielle sager

3.1.1. Sikkerhedsundersøgelse af bankernes markedspladser på internettet

Forbrugerombudsmanden udfører jævnligt sikkerhedsundersøgelser af betalingssystemer til kontrol af, at betalingssystemerne lever op til lovgivningens krav om, at et betalingssystem er indrettet og virker således, at der sikres brugerne gennemsigtighed, frivillighed, beskyttelse mod misbrug samt fortrolighed om brugernes anvendelse af betalingsmidlerne. Dette følger af generalklausulen i § 4 i lov om visse betalingsmidler.

Senest har Forbrugerombudsmanden med bistand fra et statsautoriseret revisionsaktieselskab foretaget en vurdering af sikkerheden ved handel og betalinger på pengeinstitutters markedspladser på internettet med tilhørende netbutikker.

Undersøgelsen har fokuseret på brugeraspekterne ved anvendelse af systemerne og de muligheder for fejl og risici, herunder risikoen for misbrug, tab og fejlregistreringer, der måtte være ved brugen af systemerne. Endvidere har undersøgelsen fokuseret på sikkerheden vedrørende behandling af brugers data hos de udvalgte netbutikker.

Som et udtryk for, hvad der kan anses for ledende praksis på området, har konsulentfirmaet udarbejdet en sikkerhedsmodel for netbutikker af den udvalgte type. Denne model er offentliggjort på Forbrugerstyrelsens hjemmeside.

Undersøgelsen har vist, at de gennemgåede betalingssystemer generelt har en acceptabel sikkerhed, og at udbyderne har tilrettelagt et højt sikkerhedsniveau for så vidt angår de dele af systemerne, der varetages af bankerne selv.

Undersøgelsen har imidlertid også vist, at sikkerheden ved anvendelse af de udvalgte betalingssystemer ved brug af betalinger på internettet ikke på alle punkter er fuldt betryggende eller på højde med sikkerheden i de betalingssystemer, der anvendes i fysiske butikker. En del af de konstaterede svagheder skyldes fejl eller svagheder i sammenkoblingen mellem betalingssystemer og netbutikssystemer. Andre svagheder har sin rod i, at der ikke ved brug af betalingskort eller ved anvendelsen af netbankerne bygges på det niveau af »uafviselighed«, der opnås ved andre betalingsformer, fx ved indløsning ved brug af PIN-kode i dankortterminaler.

Konsulentfirmaet har bl.a. konstateret, at koblingen og kommunikationen på internettet mellem netbutikken, brugerens pc og bankens betalingssystem i visse tilfælde ikke var beskyttet tilstrækkeligt mod utilsigtet læsning eller ændring af overførsel mellem parterne. Som følge heraf var kortnummer og bankkontonumre mv. synlige på nettet i visse tilfælde, mens betalingsbeløbet i andre til-

fælde kunne ændres, uden at dette blev opdaget/korrigeret. Det er derfor blevet anbefalet, at alle transaktioner, der indgår i et betalingssystem, krypteres eller som minimum beskyttes af afsenderen med sikkerhedskoder, der sætter modtageren, fx udbyderen af betalingssystemet, i stand til at konstatere, om data har været ændret undervejs på internettet.

Undersøgelsen har ligeledes vist, at der som regel er mange parter involveret i de enkelte netbutikker og deres betalingssystemer, og at de indbyrdes aftaler ikke altid medtager den nødvendige sikkerhed. Det er derfor anbefalet udbyderne at skabe større sikkerhed for, at alle leverandører, der på forskellig måde bidrager til betalingssystemerne, lever op til et højt sikkerhedsniveau. En sådan sikring kan eventuelt tilvejebringes ved, at disse forhold medtages i den årlige revisionserklæring/revisorattest, som skal gives til udbyderne af betalingssystemer.

Konsulentfirmaet har endvidere anbefalet, at forbindelsen på internettet mellem netbutikkernes betalingsfunktion og udbyderne af betalingssystemerne krypteres med mindst 128 bites SSL, og ikke som det er angivet i de forskellige aftaler med 40 bites SSL, som ikke længere kan anses for tilstrækkelig ubrydelig.

Gennemgangen af sikkerheden vedrørende køb på netbutikkerne har vist, at forholdene overvejende er acceptable, men at der forekommer flere sikkerhedsmæssige svagheder. Disse svagheder bevirker forhøjet risiko for, at fejl, mangler og uhensigtsmæssigheder vil medføre gener for forbrugeren, der handler på nettet. Det er en gennemgående svaghed, at købers data ikke krypteres eller på anden måde beskyttes under overførsler til netbutikken eller eventuel opbevaring på butikkernes netbutikssystemer. Konsulentfirmaet har derfor bemærket, at forbrugere nøje bør vurdere, hvem de vil handle med på nettet ud fra netbutikkens omdømme og køkets betydning for forbrugeren, herunder beløbsstørrelse og lignende.

Flertallet af de undersøgte netbutikker har ikke dokumenteret et klart overblik over de samlede krav, der stilles til netbutikker, herunder såvel lovgivningsmæssige som sikkerhedsmæssige krav. Det manglende overblik kan bevirke fejl og uhensigtsmæssigheder i gennemførelse af de forretningsprocesser, kunderne tilbydes at anvende på netbutikken. Det er anbefalet netbutikkerne at udarbejde en samlet oversigt over alle krav og de valgte foranstaltninger til opfyldelse heraf.

Oplysninger, som forbrugeren under købet udveksler med netbutikken, er hos de undersøgte netbutikker ikke beskyttet med kryptering eller lignende. Kunde-/ordreoplysninger kan således læses eller modificeres af uvedkommende på internettet.

Konsulentfirmaet har gjort opmærksom på, at det må anses for ledende praksis, at kundens ordredata, indeholdende bl.a. købet med kundens adresse, beskyttes ved kryptering under overførsler på internettet eller lagring på web-server, men at dette endnu ikke er et lovkrav. Af sikkerhedsmæssige årsager er det anbefalet, at de nævnte oplysninger generelt krypteres. Det er som et minimum

anbefalet, at netbutikkernes praksis for beskyttelse af kunde-/ordre-oplysninger, der udveksles på internettet eller lagres på netbutikken, oplyses til forbrugeren på netbutikkens hjemmeside. Det bør herunder oplyses, hvorvidt overførte personoplysninger krypteres, således at forbrugeren kan være orienteret om eventuelle mangler på dette område.

Det er tillige anbefalet udbyderne af betalingssystemer at stille som betingelse, at netbutikken over for forbrugerne oplyser sin praksis for beskyttelse af forbrugerens data under modtagelse og opbevaring.

En sammenfatning af undersøgelsen findes på Forbrugerstyrelsens hjemmeside. (2001-2050/5-3)

Markedsundersøgelse af bankernes nethandelspladser

Sideløbende med ovennævnte sikkerhedsundersøgelse har Forbrugerombudsmanden i august til september 2001 fået foretaget en vurdering af udviklingen på 2 pengeinstitutters nethandelspladser.

Det er formålet med undersøgelsen at indsamle og sammenfatte de vilkår og oplysninger, som kunden modtager ved brug af markedspladserne og at foretage en samlet vurdering og analyse af markedspladserne og de butikker, der er tilknyttet disse i forhold til gældende regler på området.

Det er konklusionen, at bankernes markedspladser primært kan karakteriseres som link-samlinger til butikker, der benytter den ny betalingsform, men at flere forhold tyder på, at de tilknyttede butikker efterhånden vil blive mere integreret med markedspladserne. En del e-butikker har således samme design som banken, flere e-butikker har indhold kun rettet mod kunder, der benytter den ny betalingsform, og produkttilbud fremstår på forsiden af bankens hjemmeside. Den større integration mellem bank og e-butik betyder, at forbrugere kan få sværere ved at skelne mellem, om varen købes af banken, eller af en e-butik tilknyttet markedspladsen.

Det konkluderes vedrørende netbutikkerne, at disse fortsat har vanskeligt ved at leve op til lovgivningens almindelige krav til netbutikker. Det kan bl.a. bemærkes, at under halvdelen af de undersøgte e-handelsbutikker oplyser om kundens fortrydelsesret, at kun 15% af butikkerne oplyser om fortrydelsesret forud for købet, at under halvdelen af butikkerne oplyser om, hvem der skal betale eventuel returfragt, og at halvdelen af virksomhederne oplyser om salgs- og leveringsbetingelser under aftaleindgåelsen.

En sammenfatning af undersøgelsen kan ses på Forbrugerstyrelsens hjemmeside.

Tilsvarende markedsovervågninger som den her beskrevne vil blive foretaget på senere tidspunkter, så Forbrugerombudsmanden har mulighed for at vurdere udviklingen af markedspladserne. (2001-2011/5-464)

3.1.2. On-line handel med værdipapirer – fejl i kurser

I en artikel i et større dagblad blev omtalt en on-line aktiehandel i et stort pengeinstituts homebanking system, der var gået galt.

Kunden havde via bankens system kl. 14.14 købt investeringsbeviser (BankInvest Latinamerika) til kurs 11,60 og ca. 10 minutter efter solgt dem igen via bankens system til kurs 111. Kunden nægtede at lade handlen annullere, da banken senere gjorde gældende, at den angivne kurs på 11,60 var forkert på grund af en tastefejl. Banken tilbagesendte herefter selv handlen. Banken gjorde gældende, at kunden måtte have været klar over, at købskursen var forkert.

Forbrugerombudsmanden bad banken om at redegøre nærmere for det konkrete sagsforløb.

Banken oplyste, at fejlen skyldtes, at en anden markedsdeltager udbød et antal BankInvest Latinamerika til salg til den fejlagtige kurs 11,60, og denne kurs var af banken blevet vist videre til bankens kunder. Banken bekræftede, at den konkrete handel skete via bankens strakshandel-system, og at banken således var modpart i handelen.

Det er hverken i kunders eller i bankens interesse, at afregninger af ordrer sker til forkerte priser. Når en fejl opstår, vil banken derfor rette fejlen straks, når den er konstateret. Bankens mundtlige retningslinier for håndteringen af disse situationer går ud på, at hvis en kunde har fået afregnet en ordre i kundens disfavør, vil fejlen altid blive rettet. Normalt kontaktes kunden, eventuelt via dennes rådgiver. Ved fejl i kundens favør vil der ske en vurdering af den konkrete hændelse. Ved en mindre afvigelse i kundens favør vil banken ikke foretage yderligere, men blot afregne kundens handel til den indgåede kurs. Ved større afvigelser, hvor kunden burde være bekendt med fejlen, kontakter banken straks kunden og tilbyder at gennemføre handelen til den korrekte kurs. Fejlen rettes herefter straks, inden kunden kan nå at indrette sig på opnåelse af en eventuel fortjeneste.

Banken vurderede i den konkrete sag, at kunden burde have vidst, at strakskursen 11,60 ikke var den rigtige kurs.

Forbrugerombudsmanden meddelte banken, at Forbrugerombudsmanden ikke efter markedsføringslovens regler kan tage konkret stilling til den pågældende sag.

Forbrugerombudsmanden var imidlertid stærkt betænkelig ved bankens håndtering af den opridsede problemstilling. I en situation som den foreliggende optræder banken således som såvel modpart i handelen som systemudbyder. Banken lægger efter de skitserede retningslinier selv til grund, hvornår der foreligger en fejl i bankens handelssystem, hvad årsagen til fejlen er, om afvigelsen er mindre eller større, og om den enkelte kunde har været bekendt med fejlen og dennes omfang.

Når systemet er indrettet, som det er, herunder at ordrer eksekveres med det samme, vil der være indgået en bindende aftale ved

kundens accept i systemet af den pågældende handel. Såfremt banken herefter vil påberåbe sig fejl i systemet, som burde medføre en handels annulation, bør dette forelægges for kunden. En annulation af handelen bør ikke ske fra bankens side, såfremt kunden modsætter sig dette. Mener banken herefter fortsat at have et krav mod kunden, bør dette håndteres som et hvilket som helst andet krav. Såfremt bank og kunde ikke kan opnå en mindelig ordning, må banken således overveje et eventuelt civilt søgsmål.

Ved en vurdering af problemstillingen pegede Forbrugerombudsmanden tillige på § 12 i lov om visse betalingssystemer. Efter den pågældende bestemmelse er en udsteder af et betalingsmiddel ansvarlig for brugers tab, når der foreligger fejlregistreringer eller konteringsfejl i systemet, selvom fejlen må anses for hændelig. (2000-212/8-42)

Der henvises i øvrigt til omtalen andetsteds i årbogen om Forbrugerombudsmandens uddybende principper for »God markedsføringsskik ved værdipapirhandel for almindelige, private investorer«, pkt. D om investorers direkte handel på fondsbørsens systemer – værdipapirhandel på internettet.

3.1.3. Overtræk på forudbetalte taletidskort

Forbrugerombudsmanden modtog en klage fra en forbruger angående en mobiltelefon, forbrugeren havde givet sin lillebror på 12 år. Med telefonen fulgte tre taletidskort på 20 kr.

Forbrugeren klagede over, at det indestående beløb på et ubrugt taletidskort forsvandt, fordi der var »overtræk» på det forrige kort.

Mobiltelefonselskabet bekræftede, at et kort under visse omstændigheder kan komme i overtræk. Selskabet henviste til, at dette er oplyst i pjecen »Mobiltelefon uden abonnement og regninger« (på 24 sider), hvor der på side 19 er anført følgende:

»I visse tilfælde kan din konto gå i minus – fx hvis du taler hele beløbet op, samtidig med at dine sms'er bliver afregnet. Det negative beløb bliver modregnet næste gang du overfører penge til din CASH-TELEFON, bemærk, at selvom din konto er i negativ, viser telefonen en saldo 0,10 kr.«

I selskabets markedsføringspjece »Mobiltelefon uden abonnement og regninger« (på 4 sider), var i øvrigt bl.a. anført:

*»Du har kontrol over dine udgifter.«
»Du behøver ikke være fyldt 18 år.«*

Et taletidskort er et betalingsmiddel, der er omfattet af lov om visse betalingsmidler.

Forbrugerombudsmanden fører tilsyn med lovens overholdelse, herunder overholdelse af de overordnede krav til betalingsmidler

efter lovens § 4. Efter denne bestemmelse skal et betalingssystem indrettes og virke således, at der sikres brugerne gennemsigtighed, frivillighed, beskyttelse mod misbrug samt fortrolighed om brugerens anvendelse af betalingsmidlet.

Taletidskort er særdeles udbredt blandt børn og unge og benyttes ofte som en sikkerhed for, at forældre kan komme i kontakt med børnene og omvendt. Det må derfor betragtes som meget uheldigt, at forældre, der giver et barn et ubrugt taletidskort, udsættes for den risiko, at kortet bliver brugt til at dække et tidligere forbrug, med den følge, at forældre og børn afskæres fra at komme i kontakt med hinanden.

Det forhold, at telefonens display viser en positiv saldo, uanset at saldoen er negativ, stemmer ikke med betalingsmiddelovens krav om, at betalingsmidlet skal være velfungerende. Oplysningen om, at overtræk kan forekomme, fremkommer i en pjece af et betydeligt omfang og er ikke særlig fremhævet, og dette forhold kan ikke ændre vurderingen af, at betalingsmidlet ikke kan anses for velfungerende.

Forbrugerombudsmanden tilkendegav samtidig, at betalingskortet må anses for at blive markedsført over for umyndige under 18 år, fordi et abonnement på mobiltelefon ville komme i strid med forbuddet mod at umyndige stifter gæld, jf. værgemålslovens regler.

Det forhold, at et taletidskort kan bringes i overtræk, må anses at være i strid med ovenstående bestemmelse. Dette gælder, uanset at kortet ikke giver udstederen af det forudbetalte betalingskort mulighed for at konstatere, hvem brugeren er, og således inddrive gælden hos denne person. Inddrivelsen sker automatisk, når et nyt telefonkort isættes mobiltelefonen. Inddrivelsen vil derfor ske ved den faktiske pression, der ligger i, at den umyndige indehaver af en mobiltelefon til taletidskort afskæres fra at benytte sin telefon, hvis han ikke betaler overtræk på tidligere taletidskort.

Forbrugerombudsmanden tilkendegav endeligt, at det ikke stemmer med kravene om god markedsføringsskik at markedsføre et produkt overfor personer under 18 år, der indebærer, at disse påføres en gældsforpligtelse. Markedsføringen og den tekniske indretning af telefonkortet strider derfor mod god markedsføringsskik, jf. markedsføringslovens § 1.

Det måtte endvidere anses for vildledende både ud fra forbrugernes naturlige forventninger til et forudbetalt taletidskort og til pjecernes udsagn i overskrifterne om »Mobiltelefoni uden abonnement og regninger«, at der kan opstå en gældssituation. Angivelsen: *»Du har kontrol over dine udgifter«* fandtes også vildledende, fordi telefonens display ikke er i stand til at vise et overtræk, men angiver et forbrug på 10 øre uanset overtrækkets størrelse. Pjecerne var derfor også i strid med markedsføringsloven § 2, stk. 1.

Mobiltelefonselskabet ændrede herefter systemet, således at overtræk ikke længere var muligt. (2001-210/8-23)

3.1.4. Behandling og brug af oplysninger fra kreditkort

Forbrugerombudsmanden modtog en klage fra en taxavognmand over et taxafirmas bestillingskontors udarbejdelse af turrapporter, som bl.a. indeholdt oplysninger om kunders betalingskortnumre og korttyper. Turrapporterne var udarbejdet for at dokumentere, i hvilket omfang den pågældende taxavognmand uberettiget udførte kørsel udenom bestillingskontoret.

Det pågældende taxafirmas bestillingskontor oplyste til Forbrugerombudsmanden, at taxametrets informationer (kortindehaveres betalingskortnumre) en gang ugentligt overførtes til en memory-box, som herefter indlæstes i kontorets EDB-anlæg. Fra EDB-anlægget overførtes alle data elektronisk via modem til PBS.

Hvis der undtagelsesvis blev anvendt fluesmækker i forbindelse med betalingen, blev fluesmækkerbonen afleveret på kontoret og indtastet manuelt. Herefter returneredes fluesmækkerbonen til taxavognmanden, som herefter havde ansvaret for at opbevare den på forsvarlig vis.

Kreditkort blev hverken registreret med kortindehavers navn eller med kortets udløbsdato. Ved brug af fluesmækker kendtes kortindehavers navn og kortets udløbsdato, men disse oplysninger registreres ikke.

Det var erkendt, at der som dokumentation for kørsel uden om bestillingskontoret blev fremstillet turrapporter med kreditkortoplysninger bestående af kortnumre og kreditkorttype. Det understregedes dog samtidig, at turrapporter var blevet fremstillet helt ekstraordinært. Rapporterne var blevet fremsendt til kommunens taxa-udvalg i forbindelse med sagens behandling ved kommunen.

Af de udarbejdede turrapporter fremgik bl.a. korttype, kort- og notanummer og status (godkendt/ikke-godkendt) samt en række konkrete oplysninger om den enkelte taxakørsel, herunder turdato, start- og sluttid, pris og turens længde.

Forbrugerombudsmanden behandlede klagen efter registerreglerne i § 13 i lov om visse betalingsmidler.

Det blev indledningsvis bemærket, at reglerne i § 13 i lov om visse betalingsmidler suppleres af reglerne i lov om behandling af personoplysninger. Tilsynet med persondataloven varetages af Datatilsynet.

Efter § 13, stk. 3, nr. 1 må der kun ske behandling af oplysninger om, hvor en kortindehaver har anvendt sit betalingsmiddel, og hvad der er købt, når dette er nødvendigt til gennemførelse eller korrektion af betalingstransaktioner eller andre funktioner, som udstederen har knyttet til betalingsmidlet.

Udarbejdelsen og brugen af turrapporterne kan ikke anses for sket som et nødvendigt led i gennemførelsen af betalingstransaktioner, og da de samtidig indeholdt oplysninger om, hvad den pågældende kortindehaver havde købt, fandt Forbrugerombudsmanden, at behandlingen af kortoplysningerne ikke var i overensstemmelse med den nævnte bestemmelse i lov om visse betalingsmidler.

At kortnumrene delvis anonymiseredes ændrede ikke ved dette forhold, da selve brugen (overførslen fra kontorets EDB-anlæg til turrapporterne) må anses for uforenelig med § 13.

Efter betalingsmiddelovens § 13, stk. 3, nr. 2 kan der ske behandling af oplysninger om, hvor en kortindehaver har brugt sit betalingsmiddel, eller hvad der er købt, når dette er nødvendigt til retshåndhævelse eller for at hindre misbrug.

Herved forstås behandling af betalingsoplysninger, som er nødvendig for at få inddrevet en fordring eller videregivelse af oplysninger, som må anses for nødvendigt for at stoppe eller forhindre et eventuelt misbrug af et betalingsmiddel.

Denne bestemmelse fandtes ikke anvendelig i et tilfælde som det foreliggende.

På denne baggrund blev taxafirmaet anmodet om straks at opføre sig med at behandle kortoplysninger som sket ved udarbejdelsen af turrapporterne.

Dette blev bekræftet af firmaet. (2001-212/8-51)

3.2. Dispensationer

3.2.1. Ansøgning om dispensation fra lov om visse betalingsmidler til et hospitals telefonsystem

Forbrugerstyrelsen har behandlet en anmodning om en dispensation fra betalingsmiddelovens § 9, stk. 2. Bestemmelsen har følgende ordlyd:

»§ 9, stk. 2. For forudbetalte betalingsmidler kan brugeren opsige aftalen efter gyldighedsperiodens udløb og, såfremt krav fremsættes inden 1 år efter udløb, få udbetalt en eventuel restværdi. Udstederen kan kræve et gebyr for refusionen. Gebyret må ikke overstige, hvad der under hensyn til udstederens omkostninger ved refusionen og omstændighederne i øvrigt er rimeligt.«

Beskrivelse af betalingssystemet

Udbyderen oplyste om betalingssystemet, at det drives på samme vilkår for brugerne på tre hospitaler. Systemet er indrettet således, at et telefonabonnement oprettes ved, at patienten ved indlæggelsen får udleveret et gratis abonnementskort med 2 kr. gratis taletid sammen med en betjeningsvejledning. Abonnementskortet udleveres i en lille kuvert påtrykt »Abonnementskort«. Kuerten indeholder patientens 4-cifrede patienttelefonnummer og en 5-cifret adgangskode til systemet. Ved hjælp af disse oplysninger kan patienten aktivere abonnementet og benytte den gratis taletid, som svarer til 2-3 minutters samtale til lokaltakst.

Såfremt patienten ønsker at benytte abonnementet ud over den gratis taletid, kan patienten købe et tillægskort for 20, 50 eller 100

kr. Patienten skal herefter overføre beløbet på tillægskortet til abonnementskonto i systemet efter anvisningerne i betjeningsvejledningen.

Det er endvidere oplyst, at det koster et engangsgebyr på 10 kr. at bevare muligheden for at ringe ud fra hospitalet, og at dette beløb tages fra patientens første tillægskort. Alle udgående opkald debiteres med et opkaldsgebyr på 0,25 kr. og en samtaletakst, der fastsættes med udgangspunkt i Tele Danmark Communications' takster. Det er gratis at modtage opkald, hvorimod det koster 2 kr. pr. minut at ringe til patienten, idet sådanne samtaler foregår via et overtakseret telefonnummer.

Saldooplysning gives på forespørgsel ved et opkald fra telefonen. Det er i øvrigt i betjeningsvejledningen oplyst, at øresatsen pr. minut er billigere end at ringe fra en mønttelefon. Oplysning om takster for brug af telefonsystemet findes i betjeningsvejledningen, som dog ikke oplyser, at taksterne er variable, idet de varierer med Tele Danmark Communications' til enhver tid gældende priser.

Når der ikke er flere penge på patientens konto, lukkes telefonen for eksterne opkald, ligesom kontoen nedlægges 14 dage efter sidste opkald. Ubrugt taletid refunderes ikke.

Det er supplerende oplyst, at ingen patienter registreres i systemet, og at telefonnummer udleveres i lukkede »PIN«-kodekuverter, hvor kun patienten kender telefonnummeret. Patienten har ret til at forære sit abonnementskort med telefonnummer og eventuel saldo til en anden patient, ligesom patienten har ret til at sælge sit abonnementskort med en eventuel saldo. Ved indlevering af uåbnede tillægskort til kiosken refunderes det fulde beløb.

Forbrugerstyrelsen sendte dispensationsansøgningen i høring hos en kreds af myndigheder og organisationer.

Disse var generelt positive over for et system som det skitserede, og som efter det oplyste ikke havde givet anledning til problemer i praksis eller hos patienter. Der var derfor også forståelse for dispensationsansøgningen, hvis denne begrænsedes.

Forbrugerombudsmanden henviste i sit svar til sin praksis efter den tidligere lovgivning, hvor han tog stilling til spørgsmålet om, hvorvidt Tele Danmark var berettiget til at påføre telekort til offentlige betalingstelefoner udløbsdato og begrænse den periode, hvori et eventuelt restbeløb kunne kræves udbetalt.

Forbrugerombudsmanden opstillede her under henvisning til markedsføringslovens § 1 og den daværende betalingskortlovs § 12a en række generelle retningslinier for forudbetalte kort, som med hensyn til refusionsspørgsmålet tillod en minimumsgrænse på ikke over 10 kr.

Forbrugerombudsmanden fandt, at en eventuel grænse for refusionskrav og de økonomiske vilkår for disse hospitalssystemer kan begrunde en fravigelse fra Forbrugerombudsmanden ovennævnte praksis, således at grænsen for refusionskrav højst bør være på 20 kr.

På denne baggrund meddelte direktøren for Forbrugerstyrelsen udbyderen dispensation fra lovens § 9, stk. 2. Dispensationen blev givet for kort på værdier op til 20 kr. på vilkår, at det tydeligt i vejledningen og uden på kodekuverten blev angivet, at åbnede kodekuverter ikke refunderes, at vejledningen indeholdt tydelige oplysninger om de økonomiske vilkår for brug af kortet, herunder at oplysningen om afgiften på 10 kr. og oplysningen om, at kortet lukkes efter manglende brug i 14 dage, blev fremhævet bedre, at oplysninger om samtaletakster, der ikke fastsættes af udbyderen, indeholdt tydelig oplysning om, hvornår disse er indhentet og oplysning om, at de kan være ændret senere, samt at det senest 1. december 2001 blev dokumenteret, at oplysningerne til brugerne var ændret som ovenfor anført.

Dispensation er ikke til hinder for, at der kan udstedes kort til højere værdier. Udstedes sådanne skal refusion af restværdier ske efter lov om visse betalingsmidler § 9, stk. 2. (2000-2059/1-1)

3.2.2. Kvitteringskravet ved telefoner

Et telefonselskab rettede henvendelse til Forbrugerombudsmanden og bad om en udtalelse om, hvorvidt selskabets All Payment Telefoner, hvorfra der ikke udstedes en kvittering, efter Forbrugerombudsmandens opfattelse opfylder betingelserne i § 8 i lov om visse betalingsmidler.

Efter § 8 har brugeren krav på en kvittering ved enhver transaktion, som iværksættes med betalingsmidlet, medmindre brugeren på anden måde har let adgang til oplysninger om, hvorvidt og hvornår den pågældende transaktion er gennemført.

Selskabet havde tidligere (i 2000) fået dispensation fra kvitteringskravet i den dagældende betalingskortlov til at opstille et bestemt antal telefoner, som både kunne tage mønter og internationale kreditkort.

Det blev oplyst, at All Payment telefonerne er indrettet således, at både kontanter og kreditkort kan anvendes, og at brugeren løbende kan følge med i debiteringen på telefonens display. PIN-kode skal ikke benyttes, og der gælder grænser for forbruget i en sammenhængende periode på 5 dage. Disse grænser er på mellem 500 kr. og 1.000 kr. alt efter hvilket kort, der benyttes. De beløb, der debiteres ved brug af betalingskort, vil efter aftale med PBS fremgå af kontoudtoget med teksten »Tele xx Payphones«.

Af forarbejderne til lovforslaget – L 63 i 1999-2000 – fremgår af bemærkninger til § 8, at bestemmelsen tager hensyn til den teknologiske udvikling og indebærer, at oplysningerne ikke nødvendigvis skal gives i papirform.

Det fremgår videre, at bestemmelsen ikke nærmere fastlægger, hvorledes informationen skal gives, men at dette må ses i lyset af betalingsmidlets karakter, beløbenes størrelse og de tekniske muligheder. Forarbejderne udtaler, at det ved forudbetalte betalingsmidler efter omstændighederne vil være tilfredsstillende, at bruge-

ren elektronisk får oplyst saldo på betalingsmidlet før og efter, at en betaling foretages. Et væsentligt praktisk eksempel herpå er forudbetalte telefonkort, hvor saldoen også vises i takt med forbruget.

Da det var oplyst, at kortindehaveren vil kunne følge med i forbruget på telefonens display, og da oplysning om brugen yderligere ville blive givet på brugerens kontoudskrift, udtalte Forbrugerombudsmanden, at oplysningerne og indretningen af systemet fandtes at opfylde kravet om, at brugeren har let adgang til oplysninger om transaktionen.

Forbrugerombudsmanden fandt dog, at det vil være ønskeligt, at teksten på kontoudskriften udelukkende blev på dansk. (2000-211/8-578).

4. Prismærkningsloven

4.1. Administrationen generelt

4.1.1. Prismærkningslovens regler om skiltning med organiseret rabat

Reglerne om skiltning med organiseret rabat eller anden særlig fordel i prismærkningslovens § 1, stk. 2, blev oprindeligt indføjet ved en lovændring i 1989. Ændringen skete på baggrund af et fælles forslag fra Forbrugerrådet og Butikshandelens Fællesråd (nu Dansk Handel & Service).

Reglerne gælder for erhvervsdrivende, der udbyder varer i detailsalg til forbrugere. For tjenesteydelser, som fx rejser og begravelser, gælder der derimod ikke efter loven nogen pligt til at skilte med organiseret rabat. Men erhvervsministeren har hjemmel til at give regler om det. Sådanne regler er givet for pengeinstitutter og andre finansieringsvirksomheder.

Hvis en detailhandler giver rabat eller anden særlig fordel til medlemmer af foreninger, organisationer eller til andre bestemte persongrupper, skal der tydeligt oplyses herom på skilte ved samtlige indgangsdøre. Det skal på skiltet oplyses, hvilke grupper der modtager rabatten, og hvor stor denne maksimalt er. På skiltet skal det endvidere oplyses, at forbrugeren har ret til at få forevist en liste over de varer, der er omfattet af ordningen, samt over rabattens størrelse i beløb eller procent.

Tilsidesættelse af skiltningspligten kan straffes med bøde, og enhver kan indgive politianmeldelse.

Det karakteristiske for den rabat, der er omfattet af lovbestemmelsen, er, at den ikke er tilgængelig for alle, og at den holdes skjult for dem, der ikke får den. Det var disse skjulte rabatter, man ville have frem i lyset. Der vil altid være tre aktører involveret i en aftale om organiseret rabat: En rabatformidler, en rabatgiver og en rabatmodtager. Typiske eksempler er den rabat, der gives til medlemmer af en indkøbsforening som fx LIC, til medlemmer af en grundejerforening eller til de ansatte på en arbejdsplads. Skiltningspligten skal sikre, at ikke-medlemmer af sådanne rabatordninger bliver opmærksomme på rabatten og kan forsøge at opnå den samme fordel eller undlade at handle i den pågældende butik.

4.1.2. Undersøgelse af befolkningens kendskab og holdning til organiseret rabat

Delvis som følge af en DR-udsendelse »Rapporten« i oktober 2000 opstod der en del debat om, hvordan de rabatordninger, der går under betegnelsen »organiseret rabat«, fungerede, og hvorvidt de erhvervsdrivende i tilstrækkeligt omfang overholdt deres forpligtelse til at skilte med disse rabatter. Erhvervsudvalget anmodede som

opfølgning på debatten erhvervsministeren om at udarbejde et notat vedrørende rabatordningerne, rabatforeninger mv., herunder en beskrivelse af de ordninger, der findes, med angivelse af, hvor store rabatter, kompensationer mv., der gives under de forskellige ordninger.

Forbrugerstyrelsen lod derfor i foråret 2001 gennem Vilstrup Research udarbejde en rapport baseret på telefoniske interviews af et repræsentativt udsnit af den voksne befolkning.

Af den rapport, der blev udarbejdet, kunne navnlig udledes følgende:

1. Lidt over halvdelen af alle forbrugere kan få organiseret rabat i en eller anden form.
2. Visse grupper i samfundet har lettere adgang til organiseret rabat end andre. Jo højere husstandsindkomsten er, jo flere har adgang til rabatterne. 60% uden anden uddannelse end folkeskole har ikke adgang til organiseret rabat.
3. Mens LIC, FDM og Forbrugsforeningen af 1886 er de rabatformidlere, de fleste har kendskab til, er det gennem private arbejdspladser og gennem FDM, de fleste rent faktisk får rabat – dog tæt fulgt af LIC og Forbrugsforeningen.
4. Rabatniveauet ligger i langt de fleste tilfælde på under 10%. De høje rabatter på 16% og opefter opnås navnlig gennem private arbejdspladser, Club Lorry og sportsklubber.
5. Ca. 75% af de forbrugere, der kan få organiseret rabat i bestemte forretninger oplyser, at de af forskellige årsager somme tider handler i andre forretninger, hvor de ikke får rabat.
6. Mere end halvdelen af de forretninger, der yder organiseret rabat, skilte ikke hermed.
7. Mere end halvdelen af de adspurgte finder det i orden, at forretningerne giver rabat til nogle, men ikke til andre, forudsat at der skiltes med det, og ca. $\frac{1}{3}$ af de adspurgte finder det i orden selv uden skiltning.
8. Ca. $\frac{1}{4}$ af de adspurgte vil reagere aktivt på manglende skiltning, fx ved at påtale det over for den erhvervsdrivende, men stort set ingen vil foretage politianmeldelse. Andre, ca. 13%, af de adspurgte vil reagere ved at undlade at handle i den pågældende forretning. (2001-123/1-379)

4.1.3. Aftale med Finansrådet om pengeinstitutters prisoplysninger på internettet

Pengeinstitutternes pligt til at give oplysninger om deres produkter i forretningslokaler og i annoncer er fastsat i to bekendtgørelser udstedt af Forbrugerstyrelsen med hjemmel i »prismærkningslovens

§ 4«, nemlig bek. 902/1992 og bek. 237/1994. Bekendtgørelserne kan ses på Forbrugerstyrelsens hjemmeside.

I medfør af prismærkningsloven kan der alene gives regler om oplysningspligt henholdsvis på forretningsstedet og ved annoncering. Loven, der oprindeligt stammer fra 1977, indeholder derimod ikke hjemmel til at fastsætte specielle regler om oplysningspligt på internettet.

Stort set alle banker udbyder efterhånden ind- og udlånsprodukter på nettet. Der findes oven i købet rene netbanker, som slet ikke har noget forretningslokale. Betydningen af de gældende regler om skiltning mv. i forretningslokalet er derfor blevet mindre, og der er behov for en modernisering af reglerne.

I et forsøg på at løse problemet uden at være nødt til at fremsætte forslag om en lovændring indkaldte Forbrugerstyrelsen Finansrådet til et møde. Forhandlingerne på mødet mandede ud i et tilsagn fra Finansrådet om, at man ville henstille til medlemmerne af rådet, at de pengeinstitutter, der havde en hjemmeside, lagde de samme oplysninger ind her, som skal være tilgængelige i forretningslokalet.

Samtidig oplyste Finansrådet, at man arbejdede på at etablere en link fra de forskellige pengeinstitutters hjemmesider til den nyligt oprettede kommunikationsportal for finanssektoren, »FinansNettet«. Det vil herefter blive lettere for forbrugerne at orientere sig om og sammenligne pengeinstitutternes priser. (2001-122/1-347)

5. Produktsikkerhed

5.1. Produktsikkerhedsloven

5.1.1. Konkrete projekter

5.1.1.1. Projekt om gyngestativer

Forbrugerstyrelsen blev af Forbrugerrådet gjort opmærksom på et gyngestativ, hvor et barn havde fået hovedet i klemme mellem de øverste trin på en dobbeltstige. Når et barn kan få hovedet i klemme, er der risiko for, at det kan blive hængt i åbningen.

Forbrugerstyrelsen undersøgte herefter markedet for gyngestativer, der havde tilsvarende problem. Det viste sig, at der på markedet fandtes en række forskellige gyngestativer, hvor afstanden mellem de øverste trin på en dobbeltstige ikke levede op til legetøjsstandardens krav.

Faren ved disse gyngestativer blev afhjulpeth ved, at afstanden blev mindsket eller fjernet med en trinplade eller lignende, og producenterne advarede gennem annoncering og skiltning i butikkerne de forbrugere, der havde købt de omhandlede gyngestativer, om den konstaterede risiko og opfordrede dem til at henvende sig i butikkerne for at få udleveret materialer, der kunne dække åbningen og fjerne risikoen.

Forbrugerstyrelsen blev senere gjort opmærksom på en tilsvarende problemstilling ved en legehule, der kunne bygges på et gyngestativ. Legehulen havde et hul, hvis størrelse medførte, at der var risiko for, at et barn kunne blive kvælt. Producenten afhjalp straks problemet, og Forbrugerstyrelsen udsendte en advarsel mod den pågældende type legehule. (2001-561/6-827)

5.1.1.2. Regulering af tekstilers brændbarhed

I vinteren 2001 kom en kvinde til skade, da hendes bluse ved et uheld blev antændt af et stearinlys. Ilden bredte sig med eksplosionsagtig hastighed, således at blusen på mindre end et sekund var helt ompændt af flammer. Blusen viste sig at være fremstillet af fibre med en meget høj brændbarhed og af langhårede garner, der var løst strikket. Det var baggrunden for, at ilden havde spredt sig så eksplosionsagtigt. Blusen blev straks fjernet fra markedet af forhandleren.

Der findes hverken i dansk ret eller i EU-retten særlige krav til beklædningstekstilers brændbarhed med undtagelse af legetøjsbekendtgørelsens krav til legetøjs brændbarhed, herunder udklædningstøj. Derimod er beklædningstekstiler omfattet af produktsikkerhedslovens § 8, der bestemmer, at kun sikre produkter må bringes i omsætning. Det kan imidlertid være svært ud fra denne bestemmelse at udlede mere specifikke krav til beklædningstekstilers brændbarhed. Forbrugerstyrelsen overvejede på den baggrund, om

der var behov for udstedelse af en bekendtgørelse med særlige krav til brændbarheden af beklædningstekstiler.

Som led i disse overvejelser foretog Forbrugerstyrelsen en mindre undersøgelse af omfanget af uheld, hvor der var involveret brændende tekstiler. Undersøgelsen viste, at der var få tilfælde, hvor der var involveret brændende tekstiler, og ingen af de registrerede tilfælde syntes at omfatte særligt brændbare tekstiler. Interviews med brandsårsafdelingerne viste endvidere, at det primært var funktionshæmmede personer, der kom svært til skade ved brandulykker.

I lyset af denne undersøgelse konkluderede Forbrugerstyrelsen, at der ikke var behov for en særlig regulering af beklædningstekstilers brændbarhed.

Forbrugerstyrelsen fandt dog samtidig, at tekstiler, der kan brænde så hurtigt som den omhandlede bluse, må anses for at være farlige og dermed er i strid med produktsikkerhedslovens § 8. (2001-610/6-3)

5.1.1.3. Samarbejde med Forbrugerinformationen om test

Forbrugerstyrelsen samarbejder med Forbrugerinformationen, når den foretager test, der også omfatter produkters sikkerhed. I 2001 gennemførte Forbrugerinformationen test af vugger, kombi- og duovogne og bæreseler.

Test af vugger

Forbrugerinformationen testede 13 vugger efter den harmoniserede standard for krybber og vugger DS/EN 1130-1. Standarden indeholder bl.a. krav til vuggernes konstruktion, herunder sidehøjde og tremmeafstand, stabilitet, holdbarhed og låsemekanismer. Endelig stiller standarden krav om, at brugsvejledningen til produktet skal være på dansk.

Selvom testen generelt viste, at der kun var småproblemer og manglende brugsvejledninger ved de testede vugger, var to vugger så farlige, at der var behov for indgreb. I begge tilfælde var der tale om vugger, hvor sidehøjden var så lav, at der var risiko for, at barnet kunne falde ud over kanten. Importøren af den ene vugge standsede salget af vuggen, så snart testresultatet forelå. Producenten af den anden vugge, der havde et ganske specielt design, og som kun kunne være risikabel for større babyer, indvilligede i fremover at mærke vuggen med oplysninger om, at den kun var beregnet til meget små børn og ikke måtte benyttes til børn over 2 måneder. (2001-65/6-89, 65/6-92, 65/6-93)

Test af kombi- og duovogne

Forbrugerinformationen gennemførte i efteråret 2001 en test af 18 kombi- og duobarnevogne. Vognene blev testet efter et udkast til en ny standard for barnevogne, der bl.a. indeholder en række punkter af betydning for sikkerheden. Disse omfatter

- åbninger og bevægelige dele, hvor barnet kan komme i klemme
- snore eller bånd, der kan kvæle barnet
- smådele, som barnet kan pille løs og sluge
- seleringenes styrke
- stellets sammenklapningsfunktion
- fastgørelsen af overdelen til stellet
- bremseevnen på skråt underlag

Desuden stilles der krav om en dansk brugsvejledning.

Testen viste, at samtlige kombi- og duovogne var behæftet med forskellige sikkerhedsmangler. Blandt de væsentligste kan nævnes, at låsen ved sæde/kasse på flere af vognene kunne åbnes af et barn. På andre vogne var der risiko for at fejlmontere overdelen på stellet. Nogle vogne havde dårlige seler/seleringe, andre vogne havde problemer med betjening af bremsen, og et par af vognene havde dårlige bremsen. På én vogn kunne hjulene fejlmonteres, på en anden vogn virkede ekstrasikringen mod sammenklapning ikke. Endelig havde nogle af vognene problemer med justering af styr.

Ingen af vognene opfyldte fuldtud standardforslagets krav til produktinformationer og brugsanvisning, herunder advarsler. Således blev to af vognene solgt helt uden brugsanvisning, ti vogne havde mangelfulde brugsanvisninger, og seks vogne manglede brugsanvisning på dansk.

Efter at Forbrugerinformationen havde fremsendt testresultaterne til importørerne, standsede flere af dem salget af barnevognene med henblik på en udbedring af de konstaterede sikkerhedsmangler forud for fremtidigt salg. I et par tilfælde var de pågældende vogne udgået og ville blive erstattet på markedet af forbedrede udgaver.

Forbrugerstyrelsen foretog en samlet vurdering af testresultaterne og fandt på denne baggrund ikke anledning til at foretage indgreb over for nogen af de testede vogne. Styrelsen henstillede til importørerne, at man ved fremtidig markedsføring tager hensyn til standardforslagets krav – herunder til dansk brugsanvisning.

Samtidig gjorde styrelsen opmærksom på et generelt problem, som havde vist sig ved flere af de testede kombi- og duo-vogne, nemlig at barnet ville kunne mase sig ud mellem vognens ryglæn og kaleche med deraf følgende kvælningsrisiko. Da der – så vidt det er Forbrugerstyrelsen bekendt – p.t. ikke er truffet endelig afgørelse vedrørende standardforslagets testmetode på dette område, har styrelsen ikke fundet anledning til at foretage indgreb i anledning af den konstaterede risiko, men har henledt importørernes opmærksomhed herpå. (2001-525/1-2, 525/6-82 – 525/6-99)

Test af bæreseler

Forbrugerinformationen testede 12 bæreseler, heraf 8 egentlige seler, 3 slynger og et tørklæde. Da der ikke findes en europæisk

standard for bæreseler, blev relevante krav og testmetoder sammen-
sat fra følgende:

- DVN 5226:1 – Dansk Varefakta Nævns Forskrift: Bærese-
ler og bærestole til børn.
- CEN/TC 252/WG4/N338 – den europæiske arbejdsgruppe
vedrørende børneomsorgsartikler; Child use and care ar-
ticles – Child carriers, Safety requirements and test me-
thods, part 2. Non framed carriers.
- DS/EN 71 Legetøj – Sikkerhedskrav, Del 1 – Mekaniske
og fysiske egenskaber og Del 3 – Migration af særlige
stoffer.
- DS/CR 13387, Børneomsorgsartikler Sikkerhed – Gene-
relle og fælles retningslinier.

Testen viste, at produkterne stort set var sikre. Dog havde nogle af
selerne lange snore eller løkker, som kunne udgøre en kvælningssi-
ko, ligesom nogle af selerne havde små spænder og smådele, som
ville være farlige for barnet, hvis det blev ladet alene med selen. Én
sele havde et plastspænde, hvori barnet kunne få fingrene i klem-
me. Endelig havde flere af selerne kun fremmedsprogede brugsan-
visninger.

Forbrugerstyrelsens vurdering af testresultaterne medførte en
henvendelse til importørerne af produkterne med de nævnte sikker-
hedsmangler med anmodning om, at man forud for fremtidig mar-
kedsføring forbedrede produkterne, ligesom det blev indskærpet, at
der skal medfølge dansk brugsanvisning. (2001-722/1-8)

5.1.2. Konkrete afgørelser

5.1.2.1. Brandslukningsmiddel på sprayflaske – manglende overholdelse af aftale om frivillig tilbagetrækning

En forbruger gjorde Forbrugerstyrelsen opmærksom på et brand-
slukningsmiddel på en sprayflaske, som ifølge en tegning på etiket-
ten kunne bruges til at slukke brande i en gryde – eventuelt med
brændende fedtstof.

En test på Dansk Brand- og sikringsteknisk Institut viste, at der
ved brug af brandslukningsmidlet på en gryde med brændende
fedtstof kunne opstå meterhøje flammer samt blive udslynget bræn-
dende fedtstof. Forbrugerstyrelsen fandt derfor, at produktet var
farligt ved almindelig brug og indgik på den baggrund en aftale
med producenten om, at sprayflaskens etiket blev ændret, således at
den tegning, der viste, at produktet kunne anvendes ved brande i
gryder, blev fjernet. Samtidig skulle der anføres en advarsel mod
brug af produktet i denne situation på emballagen.

Nogle måneder senere blev Forbrugerstyrelsen gjort opmærksom
på, at produktet stadig blev solgt med den gamle emballage og
uden advarsel i strid med aftalen. Den erhvervsdrivende rettede

efter Forbrugerstyrelsens henvendelse op på dette forhold. Forbrugerstyrelsen udsendte samtidig en pressemeddelelse, hvori forbrugere, der allerede havde købt produktet, blev advaret mod at bruge det til slukning af brændende fedtstof i en gryde. (2001-369/6-5)

5.1.2.2. Fitness-ribbe og efterfølgende klage over Forbrugerstyrelsens behandling af sagen

Forbrugerstyrelsen modtog en henvendelse fra en forbruger, der havde købt en ribbe til opsætning i en dørkarm og et par »benmuffer« beregnet til at hænge med hovedet nedad i ribben. Ribben blev monteret i dørkarmen ved, at den blev skruet i spænd mod karmens sider. Forbrugeren oplyste, at hun havde fået opsat ribben som angivet i en engelsk brugsvejledning, men at ribben havde »skruet sig sammen« og var faldet ned, mens hun hang i den.

Da der ikke findes standarder for denne type produkter, rådførte styrelsen sig med et testlaboratorium om, hvorledes man kunne undersøge ribbens sikkerhed. Det aftaltes herefter, at ribben skulle opsættes i en dørkarm efter fabrikantens anvisninger, og at den skulle belastes med en svingende belastning svarende til en persons vægt. Undersøgelsen viste, at ribben kunne klare denne belastning, og at den ikke viste tendens til at »skrue sig sammen« under brug. Forbrugerstyrelsen fandt på den baggrund ikke, at det kunne godtgøres, at der var sikkerhedsrisici ved ribben. Man fandt dog, at brugsvejledningen med advarsler om maximal belastning og opsætning burde foreligge på dansk, hvilket importøren sørgede for.

Forbrugeren var imidlertid ikke tilfreds med Forbrugerstyrelsens behandling af sagen og indgav en klage til Erhvervsministeriet. Ministeriet udtalte efter at have indhentet en redegørelse fra Forbrugerstyrelsen, at ministeriet var afskåret fra at prøve indholdet af Forbrugerstyrelsens afgørelse i sagen. En kontrolmyndigheds afgørelse efter produktsikkerhedsloven kan nemlig ikke indbringes for anden administrativ myndighed. Erhvervsministeriet fandt endvidere, at der ikke var anledning til at kritisere Forbrugerstyrelsens behandling af forbrugers henvendelse. (2001-542/6-19)

5.2. Sikkerhedskrav til legetøj og levnedsmiddel-efterligninger

5.2.1. Legetøjsbekendtgørelsen

Forbrugerstyrelsen fører kontrol med overholdelsen af legetøjsbekendtgørelsen og foretager som led i administrationen af bekendtgørelsen stikprøvekontrol af legetøj. Den praktiske del af denne kontrol udføres af Markedskontrollen på vegne af Forbrugerstyrelsen.

Forbrugerstyrelsen modtog i december 2000 en henvendelse om, at legetøj solgt på Tivolis julemarked ikke levede op til legetøjsbekendtgørelsens sikkerhedskrav. Forbrugerstyrelsen skrev derfor til

Tivoli, Bakken og en række omrejsende tivolier og bad dem indskærpe legetøjsbekendtgørelsens regler over for deres teltholdere.

Da Tivolis julemarked åbnede i november 2001, bad Forbrugerstyrelsen Markedskontrollen foretage et kontrolbesøg blandt teltholderne. Besøget viste, at der ikke var legetøj, der ikke overholdt bekendtgørelsens krav, bortset fra et par bamser, der ikke var CE-mærket.

5.2.2. Konkrete projekter

5.2.2.1. Nordisk projekt om advarsler på internettet

Forbrugerstyrelsen har i samarbejde med produktsikkerhedsmyndighederne i de øvrige nordiske lande undersøgt en række hjemmesider, hvor det var muligt at købe legetøj. Formålet med undersøgelsen var at få afdækket, om der på hjemmesider, der sælger legetøj, er anført advarselsmærkninger efter legetøjsbekendtgørelsen i forbindelse med de enkelte produkter, der udbydes til salg. Undersøgelsen viste, at disse advarsler kun fandtes i ganske få tilfælde.

Det blev i den tilknyttede rapport fastslået, at der ikke i legetøjsbekendtgørelsen er hjemmel til at kræve advarselsmærkning anført på en hjemmeside, hvor man kan købe legetøj. Derimod følger det af forbrugeraftaleloven, at en forbruger skal oplyses om en relevant advarsel, der kan anses for at være en oplysning om varens karakter og væsentligste egenskaber, inden der indgås en aftale om fjernsalg.

Rapporten opregner herefter de advarsler, hvis væsentligste indhold skal fremgå af en hjemmeside, hvor forbrugerne kan købe legetøj. (2001-561/6-882)

5.2.3. Konkrete afgørelser

5.2.3.1. Er et splattergevær legetøj?

Forbrugerstyrelsen blev af politiet anmodet om at vurdere, om et splattergevær kan betragtes som legetøj.

Splattergeværet var udført i plastic i forskellige kraftige farver og benyttede kugler, der indeholdt en farvet væske som ammunition. Når geværet ved hjælp af en pumpeanordning blev fyldt med trykluft, kunne de farvede kugler affyres med »splattereffekt«.

Forbrugerstyrelsen lagde ved sin vurdering til grund, at selvom splattergeværet umiddelbart lignede legetøj, fungerede det ved hjælp af trykluft og måtte derfor betragtes som et luftgevær. Luftgeværer betragtes ikke som legetøj, jf. legetøjsbekendtgørelsens bilag 1, pkt. 9, og er dermed ikke omfattet af legetøjsbekendtgørelsens regler. Forbrugerstyrelsen udtalte derfor, at splattergeværer ikke kunne betragtes som legetøj. Politiet har efterfølgende oplyst, at geværet er omfattet af våbenlovgivningen.

Da splattergeværet var forsynet med et CE-mærke, kontaktede Forbrugerstyrelsen den danske importør og anmodede denne om at fjerne CE-mærket, eftersom produktet ikke er legetøj i legetøjsbekendtgørelsens forstand og dermed heller ikke skal CE-mærkes. (2001-561/6-846)

5.2.3.2. Hvilken aldersgruppe henvender en dukke sig til?

I legetøjsstandarden EN 71, del 1, afsnit 5, findes en række særlige krav til legetøj beregnet til børn under tre år. For denne aldersgruppe findes endvidere særlige regler i Miljøstyrelsens bekendtgørelse om forbud mod phthalater i legetøj til børn i alderen 0-3 år samt i visse småbørnsartikler mv. Det er derfor af væsentlig betydning at fastlægge, om legetøjet henvender sig til børn over eller under 3 år.

I forbindelse med en henvendelse fra Miljøstyrelsen angående en dukke anmodede Forbrugerstyrelsen sin legetøjssagkyndige om at vurdere, om dukker henvender sig til børn over eller under 3 år.

Den sagkyndige opregnede i sin udtalelse 5 dukketyper til mindre og helt små børn:

- Suttekluden: 8-10 mdr. og eventuelt længere
- Slaskedukken 1½-2 år
- Babydukken, som er en kopi af en lille baby: fra 3 år
- Pige-/drengedukken: fra 3-4 år
- Voksendukke (kvinde/mand): fra 4-5 år og op efter.

Den sagkyndige oplyste, at børn under 3 år meget ofte leger med dukker, som ikke er i overensstemmelse med deres alder, sociale og intellektuelle udviklingstrin. Dukkerne benyttes således ikke efter deres legemæssige hensigt.

Den sagkyndige konkluderede herefter, at den i denne sag omhandlede dukke, som måtte betragtes som en babydukke, i mange tilfælde også henvender sig til børn under 3 år. Børn i denne aldersgruppe kommer naturligt i nærheden af denne dukke, føler sig tiltrukket af den og leger derfor med den. (2001-561/6-772)

5.2.3.3. Er bondegårdsdyr beregnet til børn under 3 år?

Forbrugerstyrelsen modtog en forespørgsel fra Miljøstyrelsen om, hvorvidt plasticfigurer af dyr (bondegårdsdyr) er beregnet til børn under 3 år og dermed omfattet af forbuddet mod phthalater.

Forbrugerstyrelsen forelagde sagen for styrelsens legetøjssagkyndige, der udtalte, at dyrefigurer af denne type også er beregnet til børn under 3 år. Baggrunden herfor er, at dyrefigurer – herunder specielt de dyrefigurer, der er kopier af de dyr, der findes enten på en klassisk gammeldags dansk bondegård eller på et mere moderne dansk landbrug – indgår meget tidligt i pegebogshistorier, samtaler og dialoger med små børn under 3 år. Hertil kommer, at mange typer småbørnslegetøj – de såkaldte »aktivitetscentre« – elektronisk imiterer dyrenes lyde. Ligeledes bliver små børn ud fra en

pædagogisk synsvinkel trænet i genkendelse af »bondegårdsdyr« både ved hjælp af dyrefigurer og ved hjælp af klassiske pege- og foldebøger.

Forbrugerstyrelsen meddelte på den baggrund Miljøstyrelsen, at dyrefigurerne må anses for legetøj beregnet til børn under 3 år. (2001-561/6-889)

5.2.3.4. Farlige fløjter i slikposer

Forbrugerstyrelsen blev kontaktet af forældrene til en 10-årig dreng, som havde købt en slikpose, som udover slik indeholdt to fløjter med balloner. Da drengen blæste i en af fløjterne, løsnede en skive sig i fløjten. Skiven satte sig fast i halsen på ham, så han ikke kunne trække vejret. Da han fik den løs, kunne han ikke mærke, om den endte i maven eller i luftvejene.

På skadestuen kunne man ikke ved røntgenfotografering konstatere, hvor plasticdelen befandt sig. Ifølge lægen kommer det an på den kemiske sammensætning i plasticen, om den kan ses på et røntgenbillede. Den 10-årige dreng slap fra oplevelsen uden mén, men hvis plasticdelen havde befundet sig i luftvejene, skulle den have været fjernet operativt.

Sagen viste, at det er blevet mere almindeligt, at slikposer også indeholder legetøj, og at fabrikanter og importører af sådanne slikposer skal være opmærksom på reglerne om sikkerhedskrav til legetøj. Det betyder, at de skal sikre sig, at legetøjet i slikposen er CE-mærket, og at der er dokumentation for, at de er produceret i henhold til de harmoniserede standarder. I den konkrete sag kontaktede Forbrugerstyrelsen importøren, som foranledigede, at forhandlerne straks standsede salget og tilbagekaldte produkterne fra markedet.

På Forbrugerstyrelsens hjemmeside blev der bragt en advarsel til forbrugerne. Advarslen indeholdt fotos af slikposen med indhold, herunder de farlige ballonfløjter. Endelig orienterede Forbrugerstyrelsen Europa-Kommissionen ved fremsendelse af notifikation. (2001-561/6-866)

5.3. Ændring af produktsikkerhedsdirektivet

I efteråret 2001 vedtog Rådet og Europa-Parlamentet en ændring af det eksisterende produktsikkerhedsdirektiv (92/59/EØF). Ved ændringen præciseres forholdet mellem det generelle produktsikkerhedsdirektiv og særdirektiver om produktsikkerhed, ligesom anvendelsesområdet udvides. Produkter, der kan anvendes af forbrugerne i forbindelse med en tjenesteydelse, eksempelvis udstyr til brug i et motionscenter, er efter ændringen udtrykkeligt omfattet af produktsikkerhedsdirektivet. Tilsvarende gælder for produkter, der oprindeligt var bestemt for fagfolk, men som nu anvendes af forbrugerne – eksempelvis gør-det-selv produkter.

Producenter og distributører forpligtes til at underrette produkt-sikkerhedsmyndighederne, hvis de konstaterer, at et produkt, de har markedsført, er farligt. De bliver forpligtede til at samarbejde med myndighederne for at imødegå disse risici, og i yderste konsekvens til af egen drift at trække det farlige produkt tilbage fra markedet.

Kommissionen får mulighed for at give de europæiske standardiseringsorganisationer mandat til at udarbejde europæiske standarder. Hermed bliver det lettere at sikre, at produktsikkerhedsdirektivets generelle sikkerhedskrav er opfyldt, når et produkt er produceret efter denne type standarder.

Medlemsstaternes forpligtelse til markedsovervågning og til at håndhæve bestemmelserne præciseres. Bestemmelserne om notifikation og informationsudveksling strammes op og udvides, ligesom det bliver lettere for Kommissionen at foretage et hurtigt fællesskabsindgreb for at imødegå en fare. Direktivet skal være gennemført i national lovgivning senest den 15. januar 2004.

6. Afgørelser fra Forbrugerklagenævnet af almindelig interesse

6.1. Husholdningsapparater og isenkram

6.1.1. Installation af vaskemaskine. Generel ændring af husets installationer. Forbrugerklagenævnets kompetence

En forbruger rettede henvendelse til et VVS-firma med henblik på at få installeret en vaskemaskine, som forbrugeren havde i forvejen. VVS-firmaet udførte installationen og beregnede sig i vederlag for arbejdets udførelse godt 4.600 kr. svarende til ca. 9 svendetimer a 275 kr. + moms. Da forbrugeren var utilfreds med regningens størrelse, og den erhvervsdrivende afviste et krav om nedsættelse af regningen, blev sagen indbragt for Forbrugerklagenævnet, som traf følgende afgørelse:

»Forbrugerklagenævnet lægger til grund, at den udførte tjenesteydelse består i »arbejde med fremføring af vand og gulvafløb til opvaskemaskine, optagning af gulv, nedsavning i gulvstrøer mv.«, jf. indklagedes oplysninger i klageformularen. Disse oplysninger er ikke bestridt af klageren.

Af bekendtgørelse om Forbrugerklagenævnets virksomhedsområde, § 3, stk. 2, nr. 3, fremgår bl.a., at Forbrugerklagenævnet ikke kan behandle klager vedr. bl.a. moderniseringsarbejde vedr. fast ejendom.

Uagtet det må antages, at den udførte tjenesteydelse har en vis nærmere tilknytning til klagerens vaskemaskine, må nævnet lægge til grund, at arbejdet er blevet foretaget som en generel ændring af husets installationer. Den indsendte klage falder således uden for Forbrugerklagenævnets virksomhedsområde. (2001-441/7-323)

6.2. Radio/tv mv.

6.2.1 **Lejeaftaler indgået med en forhandler blev finansieret af Bokredit K/S, der i forbindelse med aftalernes indgåelse fik overdraget ejendomsretten og stod som udlejer på lejekontrakterne. Da forhandleren havde givet en køberet, blev lejeaftalen anset for et kreditkøb, således at forbrugeren kunne kræve for meget betalt i kreditomkostninger tilbage af forhandleren. Selve lånearrangementet var reelt et lånekøb, hvorfor tilbagebetalingskravet ligeledes kunne gøres gældende over for Bokredit K/S jf. kreditaftalelovens § 23, stk. 1, og § 33, stk. 2**

Forbrugerklagenævnet har i årenes løb jævnligt tilsidesat lejeaftaler og leasingkontrakter som værende et kreditkøb med den virkning, at forbrugeren, som ejer af den genstand, aftalen angik, alene skulle betale kontantprisen og en årlig rente heraf svarende til Nationalbankens diskonto med et tillæg på 5%. I Juridisk Årbog 1999 er således omtalt en række afgørelser, som hovedsageligt vedrører aftaler indgået med Fona Gruppen A/S og Fredgaard Radio A/S, hvor lejetalen blev tilsidesat som værende et kreditkøb. Tilsvarende afgørelser er truffet i 2000 og i 2001.

Herudover har Forbrugerklagenævnet i 2001 truffet afgørelse i 16 sager, hvor lejeaftalerne var finansieret af en tredjemand, Bokredit K/S.

Forbrugerne havde rettet henvendelse til en radio- og tv-forhandler og havde i den forbindelse underskrevet en fortrykt kontrakt betegnet »lejekontrakt« med angivelse af Bokredit som »udlejer« og forretningen som »forhandleren«. I alle sagerne forklarede forbrugerne, at forhandleren havde lovet, at de efter en lejeperiode, som i de enkelte sager varierede fra 3 til 5 år, kunne købe det lejede for 1 kr. Bokredit K/S gjorde gældende, at man i intet tilfælde havde ydet en forkøbsret til forbrugerne, at forhandlerne ikke havde fuldmagt til at disponere på Bokredits vegne, at det var Bokredit, som havde ejendomsretten til produkterne, samt at der ikke forelå dokumentation for, at forhandlerne havde indrømmet klagerne en køberet.

Nævnet lagde efter en samlet vurdering til grund, at det ved kontraktens indgåelse var meningen, at klagerne skulle blive ejer af apparaterne, og at der i forholdet mellem klagerne og forhandlerne forelå et forbrugerkreditkøb. Da forhandlerne på aftaletidspunktet var ejer af apparaterne, således at klagernes ejendomsret var støttet på en aftale indgået med den materielt berettigede, og da klagerne

samtidig havde fået apparaterne overgivet, var klagerne beskyttet imod, at andre – og herunder Bokredit – kunne ekstingvere ejendomsretten. Klagerne havde ikke ved kontraktens indgåelse, som påbudt efter kreditaftalelovens § 9, stk. 1, nr. 3, fået samtlige kreditomkostninger angivet som ét samlet beløb, hvorfor klagerne efter § 23, stk. 1, ikke kunne tilpligtes at betale mere end kontantprisen og en årlig rente af den til enhver tid værende restgæld svarende til Nationalbankens diskonto med et tillæg på 5%. Klagerne havde herefter krav på at få det for meget betalte i leje tilbage.

Vedrørende spørgsmålet, om klagerne også kunne gøre et tilbagebetalingskrav gældende mod Bokredit K/S, udtalte et flertal af nævnsmedlemmerne følgende:

Kreditkøb er i kreditaftalelovens § 5 defineret på følgende måde:

»§ 5.

Som kreditkøb betegnes en kreditaftale med henblik på køb af løsøre, hvorefter køberen efter aftale med sælgeren har fået henstand med betalingen af købesummen eller en del af denne, eller købesummen helt eller delvis dækkes ved lån indrømmet køberen af en tredjemand på grundlag af en aftale herom mellem denne og sælgeren.«

I den nugældende forhandlersamarbejdsaftale – som ifølge Bokredits advokat ikke er undergået væsentlige ændringer – hedder det om Bokredits samarbejde med forhandlerne bl.a.:

»§ 1.

Nærværende samarbejdsaftale regulerer Bokredits virksomhed som udlejer i samarbejde med forhandleren, som på Bokredits vegne formidler udlejning og i den forbindelse stiller sin salgs-, service- og lagerkapacitet til rådighed.

§ 2.

Bokredit forpligter sig til på de i nærværende samarbejdsaftale anførte vilkår af forhandleren at købe de aktiver, som han på vegne af Bokredit har udlejet.

Samarbejdsaftalen omfatter alene nye aktiver. Bokredit er forpligtet til at købe disse til forhandlerens indkøbspris tillagt normal avance for branchen. ... Forhandleren fremsender til Bokredit en faktura på købsprisen. Fakturaen skal opfylde de i § 3 anførte krav. Forhandlerens tilgodehavende forfalder til betaling 10 dage efter, at fakturaen er modtaget hos Bokredit. ...

§ 3.

Bokredits accept af Forhandlerens leverance/faktura er udtrykkeligt betinget af, at det solgte aktiv er udlejet på Bokredits lejekontrakt til tredjemand, jfr. § 6, ...

§ 9.

Forhandleren er overfor Bokredit og overfor lejeren ansvarlig for al service af det lejede i den i § 10 anførte periode, ...

§ 10.

Forhandleren indestår som selvskyldnerkautionist for lejebetaling, rykkergebyrer og morarenter for de med hans medvirken i henhold til nærværende samarbejdsaftale indgåede lejekontrakter.

Såfremt lejebetalingerne mv. ikke indgår, er Bokredit berettiget til at foretage modregning over for forhandleren. Som alternativ til denne forpligtelse er forhandleren til enhver tid, inden udløbet af perioden på 52 måneder berettiget til at afkøbe Bokredit aktivet til dets nedskrevne værdi.

Denne værdi beregnes som: Bokredits bruttoindkøbspris (excl. moms) minus de indgåede lejebetalinger ekskl. moms plus de udbetalte servicevederlag. Den herefter fremkomne sum tillægges hver måned et beløb beregnet af summen med 1,54% pr. måned. Af det herefter fremkomne beløb beregner Bokredit sig en avance på 200,00 kr. Bokredit er med et varsel på 3 måneder til udgangen af en måned berettiget til at forhøje nævnte avance.

Den ovenfor anførte månedlige procentsats kan løbende ændres gennem meddelelse fra Bokredit, og den nye sats er gældende fra meddelelsen er kommet frem til forhandleren.«

Samarbejdsaftalen sikrer således, at forhandleren ved at formidle en »lejekontrakt« mellem en kunde og Bokredit får varens kontantpris dækket gennem en finansiering ydet af Bokredit på samme måde, som sælgeren ved at formidle en låneaftale mellem en forbruger og et finansieringsselskab straks får kontantprisen udbetalt af finansieringsselskabet. Det fremgår endvidere af samarbejdsaftalen, at Bokredits eneste reelle opgave er at stille kapital til rådighed. Bokredits »køb« af de aktiver, som den enkelte kontrakt omfatter, finder som nævnt først sted efter, at forhandleren har indgået kontrakten med kunden, al service af det »lejede« i en garanteret lejeperiode på (p.t.) 52 måneder påhviler forhandleren, som samtidig over for Bokredit indestår for lejebetalingerne mv., og forhandleren kan til enhver tid inden for den garanterede lejeperiode »tilbagekøbe« aktivet til dets nedskrevne værdi – en værdi i hvis beregning bl.a. indgår Bokredits »bruttoindkøbspris (excl. moms)« med fradrag af de indgåede lejebetalinger excl. moms, idet den herefter fremkomne sum hver måned tillægges »et beløb beregnet af summen med 1,54% pr. md.« Bokredit får med andre ord sine penge forrentet og tilbagebetalt gennem lejebetalingerne.

Vi finder efter en samlet vurdering, at arrangementet reelt indeholder de samme elementer, som indgår i et såkaldt lånekøb, dvs. køb hvor købesummen helt eller delvis tilvejebringes ved lån til køberen fra tredjemand, med hvem sælgeren har truffet aftale om finansiering af købet. Når dette er tilfældet, bringer det ikke arrangementet uden for kreditaftalelovens beskyttelsespræceptive bestemmelser om lånekøb, at arrangementet er kamufleret som en aftale om leje eller leasing, hvis det må antages at have været meningen, at modtageren af tingen skulle blive ejer af den, og finansieringen er baseret på en aftale mellem sælgeren og finansieren, jf. kreditaftalelovens § 6, stk. 2, sammenholdt med § 5, nr. 2.

Spørgsmålet er dog, om Bokredit har været berettiget til at forudsætte, at den indgåede kontrakt er en reel lejekontrakt, som falder uden for kreditaftalelovens § 6, stk. 2, som følge af kontraktens fortrykte bestemmelse om, »at lejeren ikke har købsret eller for-

købsret til det lejede». Vi finder, at dette som minimum må forudsætte, at Bokredit kan dokumentere, at man udtrykkeligt havde instrueret (forhandleren) om, at forretningen ikke ved kontrakternes indgåelse måtte stille kunderne en købe- eller forkøbsret i udsigt – heller ikke med henblik på effektivering efter forretningens udnyttelse af sin egen køberet.

Bokredit har ikke godtgjort, at man har instrueret (forhandleren) på den anførte måde, men uanset om det måtte have været tilfældet, finder vi, at det bør være Bokredit – og ikke klageren – som må bære risikoen for, at (forhandleren) har handlet i strid med Bokredits instrukser. Bokredits forretningskoncept er således baseret på et samarbejde, som er til fordel for såvel Bokredit som forhandlerne: Bokredit får gennem forhandlerens formidling af kontakten til kunderne øget sin finansieringsvirksomhed samtidig med, at forhandlerne får øget deres salg. Forhandlerne har efter samarbejdsaftalen selv tilbagekøbsret og dermed mulighed for at indfri de tilsagn om køberet, som de har givet kunderne, og den omsætningsforøgelse, som forhandlerne opnår igennem sådanne tilsagn, kommer også Bokredit til gode. Bokredit har samtidig af de indgåede kontrakter kunnet se, at disse som oftest er indgået på vilkår om lang uopsigelighed – hvilket i sig selv indikerer, at hovedformålet er varig anskaffelse og ikke leje – ligesom i hvert fald nogle af forhandlerens markedsføring af køberetten er foregået åbenlyst gennem annoncering mv.

Det forhold, at kontrakten er fortrykt et vilkår om, »at lejeren ikke har købsret eller forkøbsret til det lejede«, ændrer derfor efter vores opfattelse ikke, at der under de i sagen foreliggende omstændigheder med bindende virkning også for Bokredit er indgået et kreditkøb omfattet af kreditaftalelovens § 6, stk. 2, og § 5, nr. 2.

Klagen kan derfor gøre sit tilbagebetalingskrav opstået i anledning af kontrakten gældende mod Bokredit efter reglerne i kreditaftalelovens § 33, stk. 2, hvori det hedder:

»Stk. 2. I de tilfælde, som er nævnt i § 5, nr. 2, kan forbrugeren også over for anden kreditor rejse samme pengekrav på grundlag af købet som over for sælgeren. Forbrugeren må dog først sandsynliggøre, at sælgeren ikke opfylder sine forpligtelser, og kravet kan ikke overstige, hvad vedkommende kreditor har modtaget som betaling fra forbrugeren i anledning af købet«

I flere af sagerne var forhandleren gået konkurs og kunne derfor ikke opfylde klagerens tilbagebetalingskrav, hvorefter klagerne kunne gøre kravet gældende mod Bokredit. (1999-4011/7-202, 1999-4012/7-664,667,708,725,746,756, 1999-4031/7-1291, 2000-4011/7-277, 2000-4012/7-783,852,865,902, 2001-4011/7-292, 2001-4012/7-1066,1073).

Bokredit har afvist at følge nævnets afgørelser. Forbrugerombudsmanden har besluttet at indtræde som mandatar for forbrugeren i en af sagerne med henblik på at få truffet en principiel afgørelse.

6.2.2. Forbrugerklagenævnet statuerede, at forbrugerens leje af forskellige effekter reelt var kreditkøb med ejendomsforbehold. Den erhvervsdrivende, der i anledning af forbrugerens betalingsmisligholdelse havde taget varerne tilbage, var – i overensstemmelse med forbrugerens krav – afskåret fra at gøre yderlige krav gældende. Nævnet fandt dog anledning til at bemærke, at en nærmere opgørelse af parternes mellemværende i overensstemmelse med kreditaftalelovens bestemmelser utvivlsomt ville føre til en saldo i forbrugerens – og ikke i den erhvervsdrivendes – favør. Nævnet havde dog ikke mulighed for at foretage denne opgørelse

En forbruger indgik i 1995 og 1996 aftale om leje af forskellige genstande. I forbindelse med lejeaftalerne modtog forbrugerens et »købsret-bevis«, hvorefter hun efter 36 måneder kunne købe et produkt svarende til den lejede genstand, således at halvdelen af den indbetalte leje blev fratrukket genstandens pris, der var angivet i beviset. Da forbrugerens i 1997 havde problemer med betalingen, kontaktede hun flere gange den erhvervsdrivende, fordi hun forudså en bedring i økonomien og ønskede at bevare køberetten. Det blev aftalt, at hun skulle betale restancen, hvorefter den erhvervsdrivende ville vende tilbage med oplysning om, hvor længe hun skulle betale for at overtage genstandene. Trods adskillige henvendelser om købet modtog forbrugerens kun rykkerskrivelser. I 1998 bad hun den erhvervsdrivende om at hente genstandene. Efter afhentningen fremsendte den erhvervsdrivende en regning med krav om betaling af yderligere 6.505 kr. Med krav om at blive fritaget for at betale denne regning indbragte forbrugerens sagen for Forbrugerklagenævnet, der den 17. april 2001 traf følgende afgørelse:

»Klageren indgik 24. april 1995 tre aftaler vedrørende et musik-anlæg, et farve-tv og en video værdiansat til henholdsvis 10.999 kr., 6.995 kr. og 3.495 kr. og den 2. oktober 1996 to aftaler vedrørende en computer og en printer værdiansat til henholdsvis 12.595 kr. og 1.699 kr. Alle fem aftaler er betegnet »lejeaftale« og indeholder bestemmelser om, at det lejede er indklagedes ejendom og om en mindstelejetid på 12 måneder. Klageren har forklaret, at hun ved aftalernes indgåelse ikke havde råd til at købe de omhandlede effekter, men at hun ønskede at købe dem, når hendes økonomi blev bedre. Hun tillagde det derfor afgørende vægt, at hun i forbindelse med aftalernes indgåelse fik tilsagn om, at hun inden for de første tre år til enhver tid kunne købe det lejede udstyr med et fradrag i prisen svarende til halvdelen af den indbetalte leje. Klageren fik til

bekræftelse herpå ved aftalernes indgåelse udleveret beviser med bl.a. følgende indhold:

»Vedr.: Lejeaftale nr.«

»Ved forevisning af dette bevis er du, inden for 36 måneder fra dags dato, berettiget til at kunne købe et tilsvarende produkt, som det på ovenstående lejeaftale specificerede udstyr.

Prisen beregnes som den i dag gældende udsalgspris fratrukket halvdelen af den indbetalte leje på udstyret, jf. nedenstående eksempel, hvor priserne er udregnet under forudsætning af en månedlig leje på ... i hele perioden. Prisen vil dog som minimum udgøre kr. 1,00.«

»Ovenstående købsret kan kun gøres gældende, såfremt lejeaftalens betingelser i øvrigt er opfyldt, herunder at der på købstidspunktet ikke forekommer restancer.«

6

Var det ved aftalernes indgåelse meningen, at klageren skulle blive ejer af de genstande, som aftalerne angår, foreligger der uanset aftalernes betegnelse køb med ejendomsforbehold omfattet af kreditaftaleloven, jf. herved lov nr. 398 af 13. juni 1990 om kreditaftaler med senere ændringer, § 6, stk. 2, som er sålydende:

»Som køb med ejendomsforbehold anses også en aftale, der er betegnet som lejekontakt, eller hvorefter betalingen i øvrigt fremtræder som vederlag for brug af tingen, såfremt det må antages at have været meningen, at modtageren af tingen skal blive ejer af den.«

Kreditaftalelovens § 6, stk. 2, svarer fuldstændig til § 2, stk. 2, i lov nr. 275 af 9. juni 1982 om køb på kredit, som bestemmelsen har afløst. En helt tilsvarende bestemmelse fandtes allerede i § 1, stk. 2, i lov nr. 244 af 8. maj 1917 om køb på afbetaling. Bestemmelsen var indsat i loven med følgende begrundelse, jf. Rigsdagstidende 1916-17, tillæg A, sp. 2522:

»... giver den selvfølgeligelige Regel, at man ikke kan unddrage en Transaktion, der i Virkeligheden er et Salg på Afbetaling, fra Lovens Regler ved at give den en anden Benævnelse eller Form. Loven vil således være at bringe i anvendelse på en Aftale, hvor Vederlaget erlægges under Navn af Leje, og der gives Lejeren Ret til efter Lejekontraktens Opfyldelse at erhverve Ejendomsret over Tingen ved Betaling af et ubetydeligt Beløb«.

Der er i forarbejderne til kreditkøbslovens § 2, stk. 2, bl.a. anført følgende, jf. betænkning nr. 839/1978 om køb på kredit, s. 59:

»Til stk. 2. Udkastets § 2, stk. 2, svarer i realiteten fuldstændig til den gældende afbetalingslovs § 1, stk. 2, om hvilken der henvises til Torben Jensen, Afbetaling (1970), p. 397-414, ...«

Om afgrænsningen mellem kontrakter, som henhørte under afbetalingslovens § 1, stk. 2, og andre kontrakter, er af Torben Jensen i Afbetaling, s. 402-403, bl.a. anført følgende:

»Bestemmelsen omfatter for det første enhver overenskomst om brug af en ting mod vederlag, når det enten i selve kontrakten eller ved særskilt vedtagelse (eventuelt i strid med dokumentets formelle indhold) er aftalt, at køberen bliver ejer, når et vist lejebeløb er betalt.

Den omfatter endvidere tilfælde, hvor ejendomsretten ikke automatisk overgår til lejeren, men hvor han efter betaling af aftalte lejeterminer har valgfrihed (optionsret) til at forlange lejeegenstanden overdraget til eje, enten uden videre eller mod betaling af en nominel købesum eller et beløb, som i ikke uvæsentlig grad afviger fra dens fulde værdi på det tidspunkt, den angivne ejendomsoverdragelse finder sted. Motiverne nævner i denne forbindelse den klare situation, hvor beløbet er ubetydeligt, men tilsvarende må antages i andre tilfælde, når aftalen bærer tydeligt præg af manglende normalitet. Det er afgørende, om lejeren opnår reduktion af lejeegenstandens pris ved hel eller delvis godskrivning af de hidtidige lejeindbetalinger.

Endelig viser udtrykket »må antages at have været meningen,« at bestemmelsen ikke alene omfatter tilfælde, hvor adgangen til at blive ejer af lejeegenstanden er udtrykkelig aftalt, men også hvor den er stiltiende forudsat mellem parterne, og at betingelserne for at anvende denne bevisformodningsregel er forholdsvis lempelige.«

Beskyttelsen af køberen i forbruger køb med ejendomsforbehold blev udvidet væsentligt med gennemførelsen i 1983 af kreditkøbsloven, og denne beskyttelse blev i 1991 videreført med gennemførelsen af kreditaftaleloven. Samtidig med gennemførelsen af denne øgede beskyttelse blev der indført »et enstrenget kreditsikrings-system« med forbud mod, at creditsælgeren i forbruger køb kunne tage pant i det solgte, jf. kreditkøbslovens § 9, som er afløst af kreditaftalelovens § 21. Baggrunden herfor var, at det blev anset for ønskeligt, at sælgerne (og evt. tredjemænd) blev henvist til at tage ejendomsforbehold, hvis de ønskede sikkerhed i det solgte for deres krav, jf. herved betænkning nr. 839/78 om køb på kredit, s. 40. Kreditaftalelovens § 6, stk. 2, skal sikre, at creditsælgeren heller

ikke kan komme uden om den øgede køberbeskyttelse i forbrugerkøb med ejendomsforbehold ved at lade aftalen fremstå som en aftale om leje.

Nævnet lægger efter en samlet vurdering til grund, at det ved indgåelsen af de aftaler, som sagen vedrører, må antages at have været meningen, at klageren skulle blive ejer af de lejede genstande. Det kan i den forbindelse ikke tillægges særskilt vægt, at klageren ved aftalernes indgåelse alene fik tilsagn om at kunne købe udstyr magen til det lejede, idet det må lægges til grund, at det reelt var meningen, at det var de genstande, aftalerne vedrørte, som klageren kunne overtage for en reduceret pris ved delvis godskrivning af de hidtidige lejebetalinger. Aftalerne er dermed omfattet af kreditaftalelovens § 6, stk. 2, og undergivet kreditaftalelovens bestemmelser, som ikke ved forudgående aftale kan fraviges til skade for forbrugeren, jf. lovens § 7, stk. 1.

Efter kreditaftalelovens § 34, stk. 1, nr. 4, er et ejendomsforbehold i forbrugerkøb kun gyldigt, såfremt sælgeren ved overgivelsen af salgsgenstanden til køberen er fyldestgjort for mindst 20% af kontantprisen. Dette var ikke tilfældet i nogen af de indgåede aftaler. Da de tagne ejendomsforbehold dermed var ugyldige, var det klageren, som havde ejendomsretten til genstandene efter overgivelsen. Klageren har imidlertid efterfølgende indgået aftale med indklagede om, at indklagede kunne tage genstandene tilbage, og sagen drejer sig for nævnet herefter alene om, hvorvidt indklagede kan gøre yderligere krav gældende mod klageren i anledning af de indgåede aftaler.

Ved køb med ejendomsforbehold, hvori salgsgenstanden er blevet taget tilbage i anledning af køberens betalingsmisligholdelse, skal parternes mellemværende opgøres i overensstemmelse med kreditaftalelovens §§ 38 ff. Det følger heraf bl.a., at genstandenes værdi på tilbagetagelsestidspunktet skal indgå i opgørelsen mellem parterne til fordel for klageren, jf. kreditaftalelovens § 39, stk. 1. Da klageren ikke ved aftalernes indgåelse har fået de oplysninger om kreditomkostninger og kreditvilkår, som fremgår af kreditaftalelovens § 9, og herunder fået oplyst kredit-omkostningerne som et samlet beløb, jf. § 9, stk. 1, nr. 3, følger det endvidere af kreditaftalelovens § 23, stk. 1, at klageren alene har haft pligt til at betale kontantprisen for de enkelte genstande og en årlig rente svarende til Nationalbankens diskonto med et tillæg på 5% af den til enhver tid værende restgæld.

Nævnet har ikke mulighed for at vurdere, hvad genstandene var værd på tilbagetagelsestidspunktet. Da klageren periodevis har været i restance med betalingerne, vil det endvidere kræve et nøje kendskab til hele betalingsforløbet og et større udregningsarbejde at beregne, hvad indklagede har haft krav på at oppebære i renter og berettigede misligholdelsesomkostninger. Nævnet finder det derfor ikke muligt med den bevisførelse, som kan finde sted for nævnet, at foretage en nærmere beregning af parternes mellemværende, jf. herved forbrugerklagenævnslovens § 7, stk. 1. Nævnet

finder det dog utvivlsomt, at en beregning vil føre til en saldo i klagerens – og ikke i indklagedes – favør.

Herefter – og idet klageren i øvrigt som hovedregel slet ikke kan afkræves en restsaldo i indklagedes favør efter, at genstandene er taget tilbage, jf. kreditaftalelovens § 41 og § 48, stk. 2 – gives der klageren medhold i, at hun ikke kan afkræves yderligere beløb i anledning af de indgåede aftaler, hverken af D.E.R. eller af Tenea A/S, som har overtaget kontrakterne fra D.E.R., jf. herved kreditaftalelovens § 33, stk. 1, hvorefter klageren kan gøre samme indsigelser gældende over for en ny kreditor som over for den oprindelige kreditgiver.«

Nævnet fritog herefter klageren for yderligere krav fra den erhvervsdrivende. (4011/7-174)

6.2.3. Prisstigning i løbende kontraktforhold. I 1998 klagede en forbruger over, at prisen for leveringen af kabel-tv var steget for meget siden aftalens indgåelse i 1986. Da der havde været tale om en gradvis udvikling, som forbrugeren først gjorde indsigelser mod efter en årrække, var hans eventuelle indsigelser bortfaldet på grund af manglende reklamation og passivitet

En forbruger indgik i 1986 aftale om levering af kabel-tv. Prisen for leveringen udgjorde da 385 kr. om året. I 1994 udgjorde den årlige betaling 631 kr. Da abonnementsafgiften i 1998 var steget til 894 kr., klagede forbrugeren over prisstigningerne, som han mente var i strid med den oprindelige aftale. Udbyderen svarede, at der var tale om udgiftsstigninger, fordi programudbyderne havde hævet priserne. Forbrugeren indbragte sagen for Forbrugerklagenævnet, der traf følgende afgørelse:

»Klageren reklamerede første gang til indklagede i marts 1998 over, at der løbende er sket prisstigninger i relation til en abonnementsaftale om levering af kabel-tv, som klageren indgik med Fyns telefon i 1986, og som er overtaget af indklagede i 1994.

Ifølge tilmeldingsmaterialet fra 1986 udgjorde den årlige afgift til signalkøb fra hybridnettet 385 kr. Den enkelte kunde havde på dette tidspunkt mulighed for at modtage 8 tv-stationer og 11 radio-stationer.

I 1994, hvor indklagede overtog leveringen af kabel-tv, var den årlige betaling steget til 631,90 kr. med tillæg af diverse afgifter. I 1998 var betalingen steget til 894,80 kr. pr. år, ligeledes med tillæg af diverse afgifter. Udbuddet af tv- og radiostationer er samtidig steget væsentligt i den forløbne periode.

Der har således været tale om en gradvis udvikling, som klageren først har gjort indsigelse imod efter en årrække. Da klagerens eventuelle indsigelser herefter må anses for bortfaldet på grund af

manglende reklamation og passivitet, kan nævnet allerede af denne grund ikke give klageren medhold i det fremsatte krav.« (4015/7-43)

6.2.4. Prisstigning i løbende kontraktsforhold. Kabel-tv-udbyderens opsigelsesadgang var indskrænket på grund af virksomhedens dominerende stilling på markedet. Udbyderen var dog ikke afskåret fra at revidere abonnementsvilkårene, når forudsætningerne for vilkårene havde ændret sig væsentligt. En forbruger, der i 1988 blev tilsluttet kabel-tv, måtte derfor acceptere, at abonnentsprisen og antallet af tv-programmer steg mere end fastsat i den oprindelige aftale

6

En forbruger blev i 1988 tilsluttet kabel-tv. Han valgte at betale en høj tilslutningsafgift for derved at opnå en lav abonnementspris. I 1996 begyndte abonnementsafgiften at stige mere end fastsat i kontrakten. Samtidig steg antallet af tv-programmer ligeledes væsentligt ud over de 16 programmer, der var forudsat i den oprindelige aftale. Udbyderen afviste af tekniske grunde at begrænse leveringen til 16 programmer og meddelte forbrugeren, at man ville opsigte aftalen, hvis han ikke kunne affinde sig med vilkårene. Forbrugeren indbragte herefter sagen for Forbrugerklagenævnet, der traf følgende afgørelse:

»Klageren indgik i 1988 aftale om tilslutning til fællesantenneanlæg og levering af tv-programmer. Det fremgår, at klager valgte at betale en høj tilslutningsafgift for derved at opnå en lav abonnementsafgift. Ifølge aftalevilkårene omfatter abonnementsafgiften, der er pristalsreguleret, alle udvidelser af anlægget indtil 16 tv-programmer. Der er i den oprindelige kontrakt ikke taget stilling til, hvad der skal gælde, hvis antallet af programmer udvides til at omfatte flere end de forudsatte 16 kanaler.

Abonnementsafgiften er siden 1996 steget mere end fastsat i kontrakten. Samtidig er også antallet af leverede programsignaler steget væsentligt, således at det i dag langt overstiger 16 programmer. I november 1999 reklamerede klageren herover til indklagede.

Indklagede har oplyst, at man af tekniske årsager kun kan levere ens programpakker. Hvis klageren fastholder sit krav om 16 kanaler, vil indklagede opsigte aftalen i henhold til pkt. 4 i abonnementsvilkårene.

Efter nævnets opfattelse regulerer kontraktens pkt. 4 kun forbrugers opsigelsesadgang. Er intet aftalt, er det den deklaratoriske regel ved vedvarende aftaler, at de kan opsiges med et passende varsel. På grund af indklagedes monopolstilling på kabel-tv området er indklagedes opsigelsesadgang imidlertid indskrænket. Dette

indebærer dog ikke, at indklagede er afskåret fra at kræve kontraktvilkårene revideret, hvis forudsætningerne for vilkårene har ændret sig væsentligt.

Der er på området sket en betydelig teknisk udvikling, som muliggør, at der kan udbydes et meget stort antal programmer. Indklagede er samtidig af lovgivningsmagten blevet pålagt en række forpligtelser, som påvirker indklagedes udbudsvilkår, såsom brugerafstemning, pligt til udbud af mindstepakker mv., og udgifterne herved er forudsat fordelt på abonnenterne.

Det vil derfor kunne være en urimelig byrde, hvis indklagede i en uvis årrække skulle være bundet af gamle abonnementsaftalers vilkår om programudbud, abonnentsafgift mv., indgået på et tidspunkt, hvor forudsætningerne var helt anderledes.

Nævnet finder ikke, at indklagede i 1988 havde mulighed for at tage højde for de væsentlige ændringer i vilkårene for programudbydere, som er sket efterfølgende.

På denne baggrund, og da den af klageren valgte høje tilslutningsafgift må antages at have tjent sig hjem ved, at den i 1988 indgæde aftale trods alt har været overholdt i en årrække, finder nævnet, at klageren ikke har krav på at få leveret 16 tv-programmer på de i 1988 aftalte prisvilkår.«

Nævnet kunne derfor ikke give forbrugeren medhold i klagen. (4015/7-79)

6.2.5. På baggrund af en annonce med tilbud om en digital satbox, en parabol og levering af en »parabolkasse« (tv-programmer) i 12 måneder indgik en forbruger aftale om det særlige tilbud. Den efterfølgende aftale måtte forstås i lyset af annoncen, der gav det indtryk, at forbrugeren efter modtagelsen af »parabolkassen« i 12 måneder til den annoncerede pris blev ejer af det afbildede parabolsæt (satbox og parabol)

En forbruger indgik aftale om et tilbud på et parabolsæt og en parabolkasse i 12 måneder. Tilbuddet indgik i en annonce med et billede af parabolsættet (digital satbox og parabol) og forskellige prisangivelser. Ifølge annoncen var tilbuddet særdeles fordelagtigt. Den efterfølgende regning svarede imidlertid ikke til annoncen, og forbrugeren bad derfor om en forklaring. Da den erhvervsdrivendes forklaring ikke var tilfredsstillende, nøjedes forbrugeren med at betale et adgangsbeløb på 1.000 kr. Herefter afbrød en erhvervsdrivende signalerne. Forbrugeren indbragte sagen for Forbrugerklagenævnet, der traf følgende afgørelse:

»Klageren har oplyst, at han indgik aftalen på baggrund af indklagedes annonce, som er vedhæftet sagen.

Nævnet finder, at en forbruger på baggrund af annoncen må få det indtryk, at man ved at betale indklagede 169 kr. x 12 plus et gebyr på 290 kr., i alt 2.318 kr., modtager indklagedes parabolpakke (Family-pakken) i 12 måneder, hvorefter det afbildede parabol-sæt (parabolen og dekoderen) er forbrugerens ejendom.

Der ses ikke at være gjort andet gældende over for klageren i forbindelse med aftalens indgåelse, hvorfor der efter nævnets opfattelse er indgået en aftale i overensstemmelse med det ovenfor anførte.

På baggrund af annoncen er indklagedes efterfølgende faktura ikke forståelig. Der er således beregnet 290 kr. for et »Smart Card«, der ikke er omtalt i annoncen. Der indgår et beløb på 712 kr. i dekoderleje, hvilket ikke er i overensstemmelse med annoncens brødtekst, hvor det om fordelene ved det særlige tilbud oplyses, at boxlejen normalt er 59 kr. pr. måned. Der er fratrullet en rabat på 229 kr., hvilket heller ikke stemmer med annoncens oplysninger, hvorefter »du sparer 728 kr. det første år«. Hertil kommer, at det samlede beløb, som indklagede har beregnet, udgør 2.330 kr., hvilket ikke svarer til annoncen og aftalen, hvorefter betalingen udgør i alt 2.318 kr.

Nævnet finder ikke, at indklagede ved sit brev af 11. december 2000 til klageren har givet en tilfredsstillende forklaring på de nævnte uoverensstemmelser. Indklagede har derfor ikke været berettiget til at afbryde signalerne og belaste klageren med rykkergebyrer, da klageren i mangel af en forståelig forklaring på regningen alene betalte et a conto beløb på 1.000 kr.

Nævnet finder herefter, at indklagede ved modtagelsen af de resterende 928 kr. er forpligtet til at genoptage leveringen af signalerne i yderligere en periode, der passende kan fastsættes til 11 måneder, ligesom indklagede herefter er forpligtet til at anerkende, at parabolen og sat-boxen tilhører klageren.« (4015/7-91)

6.3. Computere mv.

6.3.1. Mangelsindsigelser ved køb af pc. En efterfølgende køber får ikke bedre ret over for den erhvervsdrivende, end den oprindelige køber havde

En forbruger havde købt en pc primært til brug for spil. Forbrugeren havde imidlertid problemer med afviklingen af en del spil, og efter aftale med sælgeren byttede forbrugeren derfor pc'en til en anden model med nogle andre specifikationer.

Stadig inden for etårsfristen efter købet af den oprindelige pc solgte forbrugeren den nye ombyttede pc videre til en anden forbruger. Denne nye forbruger var klar over, at den nye pc ikke havde

de samme specifikationer som den første pc, men alligevel klagede han til den oprindelige sælger (den erhvervsdrivende) over, at enkeltkomponenterne i pc'en ikke tilnærmelsesvis svarede til det, som den oprindeligt købte pc bestod af.

Forbrugerklagenævnet traf følgende afgørelse:

»En forudsætning for, at klageren kan gøre mangelsindsigelser gældende i denne sag, er, at den oprindelige køber kunne gøre indsigelser gældende over for indklagede. Klageren kan således ikke få en bedre retsstilling end den oprindelige køber.

Nævnet finder ikke, at klageren har godtgjort, at den oprindelige køber ville kunne have gjort de indsigelser gældende, som klageren nu gør gældende, og nævnet kan derfor ikke give klageren medhold i kravet om ophævelse.« (2000-4031/7-1404)

6.3.2. Printhovedet i en printer blev ødelagt som følge af forkert behandling. Da dette skyldtes, at brugsanvisningen var utilstrækkelig, kunne købet hæves

En forbruger købte en printer, der efter 1/2 års brug løb tør for blæk. Forbrugeren havde problemer med at finde en forhandler af de blækpatroner, der skulle bruges, og henvendte sig herefter til sælgeren, der måtte bestille en blækpatron hjem.

Da den nye blækpatron blev sat i printeren, ville printeren ikke skrive. Forbrugeren reklamerede til sælgeren, der afviste klagen med henvisning til, at printhovedet var ødelagt, fordi forbrugeren ikke havde fulgt anvisningerne i brugsvejledningen om, at printeren ikke måtte stå uden strøm i længere tid. Forbrugeren afviste, at printeren havde stået uden strøm som anført af sælgeren. Sagen blev herefter indbragt for Forbrugerklagenævnet, der udtalte:

«Sagen er behandlet på et nævnsmøde, hvori deltog nævnets faste sagkyndige i computersager. Denne oplyste på mødet, at udtørring af et printhoved kan indtræde, også selvom der hele tiden har været strømtilførsel til printeren, idet det forhold, at printhovedet ikke forsynes med blæk fra en tørløben blækpatron, i sig selv kan være nok til, at printhovedet tørrer ud. Dette kan bedst undgås ved, at printhovedet opbevares i en lufttæt boks, såfremt printeren skal henstå ubenyttet over længere tid.

Den brugsanvisning, som klageren har fået udleveret, indeholder ingen oplysninger herom. Oplysningen i brugsanvisningen om, at printeren kræver lidt strøm, selv når den er slukket, af hensyn til printhovedets vedligeholdelse, er endvidere alene anført under punkt 1.b om kablernes tilslutning, og der er ikke advaret udtrykkeligt om, at manglende strømtilførsel vil kunne ødelægge printhovedet.

Det er på denne baggrund nævnets vurdering, at den udleverede brugsanvisning giver en utilstrækkelig vejledning med hensyn til, hvorledes brugeren skal forholde sig, hvis printeren henstår ubrugt

i en periode, herunder som følge af, at blækpatronen er løbet tør for blæk, og der ikke straks kan skaffes en ny blækpatron.

Da klageren ved køkets indgåelse har været berettiget til at forvente, at der medfulgte en tilstrækkelig brugsanvisning, og da brugsanvisningens utilstrækkelighed må anses for at være hovedårsagen til, at printhovedet blev ødelagt ved udtørring, lægger nævnet herefter til grund, at printeren er behæftet med en væsentlig mangel, som berettiger klageren til at hæve købet, jf. herved købelovens § 78, stk. 1, sammenholdt med § 44 og § 76, stk. 1, nr. 3 og 4.« (4031/7-1769)

6.3.3. **Ombytning af defekt playstation til en anden brugt vare var ikke tilfredsstillende afhjælpning efter købeloven. Forbrugeren kunne derfor hæve købet**

En forbruger købte i juli 1998 en ny playstation. Da der opstod en fejl på playstationen, ombyttede sælgeren i maj 1999 denne med en anden brugt repareret playstation. Dette gentog sig flere gange, indtil forbrugeren i november 2000 oplyste, at hun ønskede at hæve købet, hvilket sælgeren afviste.

Forbrugeren indbragte herefter sagen for Forbrugerklagenævnet, der traf følgende afgørelse:

»Indledningsvis bemærkes, at en køber, der reklamerer rettidigt over en mangel, jf. købelovens § 83, bevarer sine købelovsbeføjelser, indtil disse forældes efter de almindelige forældelsesregler eller fortabes på grund af passivitet.

Nævnet lægger til grund, at klageren har reklameret rettidigt, og at den samme fejl er opstået flere gange. Det lægges endvidere til grund, at indklagede har valgt at opfylde sin afhjælpningspligt ved omlevering, jf. købelovens § 78, stk. 1, 3. punktum. Det lægges endelig til grund, at indklagede hver gang har foretaget omlevering ved ombytning med en anden brugt playstation.

Formålet med afhjælpning er at stille forbrugeren lige så godt, som hvis der fra start var leveret en mangelfri ydelse, og nævnet finder ikke, at den sælger, der opfylder afhjælpningspligten ved omlevering, er berettiget til at lade omlevering ske ved ombytning med en tilsvarende brugt genstand.

Nævnet finder derfor, at indklagede ikke har opfyldt sin afhjælpningspligt, og at klageren herefter er berettiget til at hæve købet, jf. købelovens § 78, stk. 3.«(2001-561-7-38)

6.4. Telefoner mv.

6.4.1. Ombytning af mobiltelefon, der var behæftet med mangler. Ombytning kunne ikke ske med en brugt renoveret telefon

Efter købet af en mobiltelefon klagede forbrugeren over funktionsfejl. Efter 3 forgæves reparationsforsøg fik køberen udleveret en anden telefon. Det viste sig at være en brugt telefon, der ifølge sælgeren var fabriksrenoveret. Køberen var ikke tilfreds med denne løsning, og sagen blev indbragt for Forbrugerklagenævnet, der traf følgende afgørelse:

»Nævnet lægger til grund, at klageren har reklameret rettidigt, og at indklagede efter forgæves at have søgt manglerne afhjulpet ved reparation valgte at opfylde sin afhjælpningspligt ved omlevering, jf. købelovens § 78, stk. 1, 3. punktum. Formålet med afhjælpning er at stille forbrugeren lige så godt, som hvis der fra start var leveret en mangelfri ydelse, og nævnet finder ikke, at den sælger, der opfylder afhjælpningspligten ved omlevering, er berettiget til at lade omlevering ske ved ombytning med en brugt fabriksrenoveret telefon.

Nævnet finder derfor, at indklagede ikke har opfyldt sin afhjælpningspligt, og at klageren er berettiget til at hæve købet i medfør af købelovens § 78, stk. 3.«(4051/7-968)

6.4.2. En forbruger, der ikke inden købet af en mobiltelefon var blevet informeret om, at telefonen var »simlåst«, kunne ophæve købet

Efter købet af en mobiltelefon opdagede forbrugeren, at den var »simlåst« i et halvt år. Dette fremgik af regningen, der lå inde i pakken med mobiltelefonen. Der var hverken i annoncen for mobiltelefonen eller sælgerens ordrebekræftelse oplyst om denne begrænsning, der betød, at den kun kunne bruges med et abonnement hos en bestemt teleudbyder. Forbrugeren ønskede ikke en simlåst telefon, men sælgeren ville ikke give pengene tilbage. Sagen blev indbragt for Forbrugerklagenævnet, der traf følgende afgørelse:

»Det forhold, at en mobiltelefon er SIM-låst, er efter nævnets opfattelse af betydning for køberens vurdering af denne vare.

Efter det i sagen oplyste lægges det til grund, at klagerens mobiltelefon var SIM-låst ved leveringen, og at hun ikke blev informeret herom inden købet.

Nævnet finder derfor, at mobiltelefonen behæftet med en væsentlig mangel, jf. købelovens § 76, stk. 1, nr. 3.

Som følge af manglen er klageren berettiget til at hæve købet, jf. købelovens § 78, stk. 1.«(4051/7-992)

6.4.3. En mobiltelefon havde fire gange været indleveret til afhjælpning af forskellige fejl. Da telefonen hørte op med at virke for femte gang, skulle forbrugeren ikke finde sig i yderligere afhjælpningsforsøg

En forbruger havde købt en mobiltelefon, som inden for det første år blev indleveret til reparation/ombytning i alt fire gange. Da telefonen hørte op med at virke femte gang ville forbrugeren ikke længere finde sig i yderligere reparationer/ombytninger, og han indbragte derfor sagen for Forbrugerklagenævnet som traf følgende afgørelse:

»Indklagede har ikke fremsat kommentarer under nævnsssekretariatets forberedelse af klagesagen til forelæggelse for Forbrugerklagenævnet. Nævnet finder det efter de foreliggende oplysninger forvarligt at lægge klagerens fremstilling til grund for dets afgørelse.

Nævnet lægger herefter til grund, at klageren fem gange inden for det første år efter købet har reklameret over og til indklagede indleveret mobiltelefonen til reparation for forskellige fejl, samt at mobiltelefonen, der for tiden beror hos indklagede, fremdeles er uanvendelig.

Indklagede findes at have forsømt at afhjælpe manglerne inden for rimelig tid, således at klageren er berettiget til at hæve købet, jf. købelovens § 78, stk. 3.«

Nævnet pålagde herefter den erhvervsdrivende at tilbagebetale købesummen for telefonen. (2000-4051/7-970)

6.4.4. Misbrug af mobiltelefon. Klager hæftede ikke for mere end 1.200 kr., da den erhvervsdrivende ikke havde godtgjort, at forbruget var sket efter det tidspunkt, hvor forbrugeren havde fået kendskab til, at telefonen var blevet stjålet, uden at forbrugeren havde underrettet den erhvervsdrivende herom

Da en forbruger lørdag den 19. august 2000 var på vej fra København til Jylland, opdagede han, at hans mobiltelefon var væk. Forbrugeren, der regnede med, at han havde glemt mobiltelefonen hjemme, foretog sig ikke noget i den anledning.

Da forbrugeren kom hjem to dage senere, konstaterede han, at telefonen ikke befandt sig på bopælen, og han forstod derfor, at mobiltelefonen måtte være blevet stjålet om lørdagen på stationen.

Forbrugeren bad straks den erhvervsdrivende om at spærre telefonen. Det viste sig, at der var blevet ringet for 12.500 kr. på de to dage. Den erhvervsdrivende krævede, at forbrugeren betalte 8.000 kr. af dette forbrug, jf. betalingsmiddelovens § 11, stk. 3, idet for-

brugeren ikke havde spærret telefonen, da han opdagede, at den var væk.

Forbrugeren indbragte herefter sagen for Forbrugerklagenævnet, der den 7. marts 2001 traf følgende afgørelse:

»En mobiltelefon indeholdende et SIM-kort anses som et betalingsmiddel omfattet af lov om betalingsmidler, der trådte i kraft den 1. juli 2000.

Klagerens telefon var, da den blev stjålet, tændt, og den uberettigede brug, som herefter fandt sted, skete derfor, mens den til simkortet hørende personlige kode var aktiveret. Det følger derfor af § 11, stk. 2, i lov om betalingsmidler, at klageren under alle omstændigheder hæfter med 1.200 kr. for det uberettigede forbrug på i alt ca. 12.500 kr.

Klageren hæfter imidlertid efter lovens § 11, stk. 3, nr. 1, med 8.000 kr. for det ulovlige forbrug, såfremt indklagede kan godtgøre, at den uberettigede brug af telefonen har fundet sted på tidspunkter, hvor klageren havde kendskab til, at en uberettiget havde adgang til den tændte telefon, uden at klageren havde underrettet indklagede om sit kendskab hertil.

Det forhold, at klageren lørdag den 19. august 2000 om morgenen i toget opdagede, at han ikke havde telefonen på sig, er dog ikke ensbetydende med, at han måtte være klar over, at telefonen var stjålet, når klageren selv forklarer, at han regnede med, at han havde glemt mobiltelefonen på sin bopæl. Nævnet finder derfor ikke, at indklagede har godtgjort, at klageren har fået kendskab til, at telefonen var stjålet på et tidligere tidspunkt end ved hjemkomsten til bopælen den 21. august 2000. Da klageren efter forgæves at have søgt efter telefonen på bopælen straks derefter ringede til indklagede og spærrede telefonen, er der ikke grundlag for at antage, at klageren hæfter med mere end selvriskobeløbet på 1.200 kr.«

Nævnet fritog herefter forbrugeren for betaling af den resterende del af det krav, den erhvervsdrivende havde fremsat i anledning af den uberettigede brug af mobiltelefonen. (2000-4054/7-599)

6.4.5. Ejeren af en mobiltelefon underrettede teleudbyderen om, at mobiltelefonen var bortkommet. Selvom forbrugeren ikke bad om at få telefonen spærret, havde underretningen virkning efter betalingsmiddelovens § 11, stk. 7, hvorefter brugerne ikke hæfter for uberettiget anvendelse, der finder sted, efter at udsteder har fået underretning om, at betalingsmidlet er bortkommet

En bornholmer, der havde været en tur i København, opdagede på vejen hjem, at hans mobiltelefon var borte. Da han var kommet hjem, ringede han straks til teleudbyderen og meddelte, at telefonen var tabt, forlagt eller stjålet. Nogle dage senere blev der konsta-

teret uberettiget brug af telefonen for over 11.000 kr. Forbrugeren anmeldte straks tyveriet til politiet. Teleudbyderen mente, at forbrugeren hæftede for misbruget, fordi han ved underretningen om den bortkomne mobiltelefon ikke umiddelbart ønskede den spærret. Sagen blev indbragt for Forbrugerklagenævnet, der traf følgende afgørelse:

»Efter det i sagen oplyste lægger nævnet til grund, at klageren ved 1-tiden om natten den 31. juli 2000 meddelte indklagede, at han havde mistet sin mobiltelefon. Klageren var da ankommet til Bornholm efter en tur i København. Ved klagerens henvendelse blev det noteret, at klagerens sidste opkald var den 30. juli, kl. 19.23.

Efter oplysningerne i den indsendte samtalspecifikation lægges det herefter til grund, at misbruget er sket, efter at indklagede fik underretning om, at mobiltelefonen var bortkommet.

En mobiltelefon indeholdende et SIM-kort anses som et betalingsmiddel omfattet af lov nr. 414 af 31. maj 2000 om visse betalingsmidler.

Efter lovens § 11, stk. 7, hæfter udstederen for uberettiget anvendelse, der finder sted, efter at udsteder har fået underretning om, at betalingsmidlet er bortkommet. Nævnet finder ikke, at denne bestemmelse skal forstås således, at udstederen kan unddrage sig hæftelsesreglen ved at lade det være op til brugeren at vurdere, om det bortkomne betalingsmiddel skal spærres.

Nævnet finder herefter, at indklagede hæfter for misbruget af klagerens mobiltelefon.« (4054/7-616)

6.4.6. Mobiltelefon med SIM-kort stjålet fra aflåst skab i omklædningsrum. Forbrugeren hæftede for misbrug, da han i 2 uger undlod at undersøge om telefonen stadig var i skabet

En forbruger købte til sin søn en mobiltelefon med tilhørende abonnement. I januar 2000 efterlod sønnen mobiltelefonen i et aflåst skab i et gymnasiums omklædningsrum. Da sønnen først ca. 2 uger efter ville afhente mobiltelefonen, opdagede han, at den var væk. Selvom der ikke var tegn på indbrud, viste det sig, at flere ting var stjålet fra skolen den 17. januar 2000. Herefter blev der indgivet politianmeldelse samt meddelelse til teleudbyderen, der dog krævede betaling af godt 14.000 kr. for registrerede samtaler, da man mente, at sønnen havde handlet groft uforsvarligt.

Forbrugeren forelagde sagen for Forbrugerklagenævnet med påstand om, at han kun skulle hæfte for 1.200 kr. efter betalingskortloven. Nævnet traf følgende afgørelse:

»Forbrugerklagenævnet lægger i henhold til klagerens oplysninger til grund, at klagerens mobiltelefon blev stjålet den 17. januar 2000 i tidsrummet kl. 10.00 – 11.30, da sønnen efterlod mobiltelefonen i en aflåst garderobeboks på gymnasiet. Nævnet finder ikke,

at det i sig selv kan anses for værende groft uforsvarligt at opbevare en tændt mobiltelefon på en sådan måde.

Nævnet lægger i henhold til klagerens oplysninger til grund, at klageren først dagen efter eller nogle dage senere savnede mobiltelefonen og grundet en lærers sygdom først den 31. januar konstaterede, at mobiltelefonen var blevet stjålet.

4 nævnsmedlemmer finder, at det forhold, at der først den 31. januar 2000 blev taget aktive skridt til at afhente mobiltelefonen i garderobeboksen, og at der også først herefter skete underretning til indklagede, medfører, at klageren efter betalingskortlovens § 21, stk. 3, hæfter med op til 8.000 kr. inkl. moms for det forbrug, der er sket i perioden fra den 17. januar 2000, til lukningen skete.

1 nævnsmedlem finder, at når det ikke kan anses for værende groft uforsvarligt at opbevare en tændt mobiltelefon i en aflåst garderobeboks, er det heller ikke groft uansvarligt, at klageren først 31. januar får adgang til boksen, da klageren har kunnet regne med, at mobiltelefonen var opbevaret under sikre forhold. Dette nævnsmedlem stemmer derfor for at give klageren medhold i, at han kun hæfter for 1.200 kr. inkl. moms efter betalingskortlovens § 21, stk. 1.«

I overensstemmelse med flertallets opfattelse fik forbrugeren ikke medhold i kravet om kun at hæfte med 1.200 kr. (4054/7-440)

6.4.7. Saldokontrollen kunne ikke aktiveres, da det maksimale samtalebeløb på aktiveringstidspunktet var overskredet. Da forbrugeren ikke var blevet orienteret om dette, hæftede hun ikke for den del af kravet, der oversteg den aftalte saldo

En forbruger bestilte ved oprettelse af et mobilabonnement samtalekontrol, da det var hendes datter, der skulle bruge telefonen. Forbrugeren aktiverede kort efter oprettelsen samtalekontrollen, men da der på dette tidspunkt var talt for mere end maksimumbeløbet blev saldokontrollen ikke aktiv. Regningen for den første og den næste måned oversteg derfor maksimumbeløbet, og det klagede forbrugeren over. Nævnet udtalte:

»Indklagede bekræftede ved skrivelse af 28. oktober 1999, at klageren havde bestilt en Mobilix Kontrol (samtalekontrol) og vejledte i skrivelsen klageren om de nærmere vilkår herfor. Det hedder således i skrivelsen bl.a.:

»Sådan aktiverer du Mobilix Kontrol:

Du ringer ... og følger herefter instruktionerne.

Du vil bl.a. blive bedt om at definere et maksimalt samtaleforbrug pr. måned. Dette beløb kan du ændre løbende eller helt annullere. Mindste beløb er kr. 100,- udover dit abonnement. Beløbet kan dog aldrig være mindre end dit aktuelle samtaleforbrug.

...

Selvom du annullerer spærringen for udgående opkald, vil Mobilix Kontrol igen være aktiv med den definerede forbrugsgrænse, når du går ind i næste faktureringsperiode. Du behøver altså ikke ringe op den efterfølgende måned for på ny at definere en forbrugsgrænse.

Spærringen annulleres altså ikke automatisk ved påbegyndelse af ny faktureringsperiode.

Dette bør du vide om informationerne i Mobilix Status & Kontrol:

...

- Samtaleforbrug omfatter afsendte tekstbeskeder (SMS)
- ...
- Selvom du har nået din forbrugsgrænse, har du stadig mulighed for at afsende tekstbeskeder (SMS).«

Klageren, som havde overladt telefonen til sin mindreårige datter, indtastede efter at have modtaget indklagedes vejledning et kontrolbeløb på 400 kr. Det viste sig imidlertid efterfølgende, at kontrollen var uvirksom, da det aktuelle samtaleforbrug allerede på indtastningstidspunktet oversteg 400 kr., hvilket klageren ikke var bekendt med.

Klagen vedrører en regning på 1.774,17 kr. for perioden 9/11 – 9/12 1999 dækkende abonnement og gebyr for samtalekontrol med i alt 195 kr. og samtaleforbrug på 1.579,20 kr. (inklusive SMS-beskeder opgjort til 76 kr.).

Nævnet lægger, som sagen er oplyst, til grund, at klageren ikke ved indtastningen af kontrolbeløbet på 400 kr. blev gjort opmærksom på, at det aktuelle samtaleforbrug allerede på indtastningstidspunktet oversteg 400 kr., og at kontrollen under disse omstændigheder var uvirksom. Dette fremgår heller ikke klart af indklagedes vejledning af 28. november 1999. Klageren har som følge heraf været berettiget til at forvente, at regningen ikke ville kunne komme til at overstige abonnementsafgift mv., betaling for SMS-beskeder og et samtaleforbrug – eksklusiv moms – på 400 kr. Klageren har som følge heraf alene været forpligtet til at betale 195 kr. + 76 kr. + 500 kr., eller i alt 771 kr., for perioden 9/11 – 9/12 1999. Da klageren har betalt en regning på 1.774,17 kr. for denne periode, er klageren herefter berettiget til at kræve det overskydende beløb på 1.003 kr. tilbagebetalt.« (2000-4054/7-279)

6.4.8. En saldokontrolordning var ifølge abonnementsvilkårene indrettet således, at abonnenten fortsat havde mulighed for at afsende tekstbeskeder (SMS), selvom det aftalte forbrugsmaksimum var overskredet. Da dette var i strid med udbudsbekendtgørelsens krav til en saldokontrolordning, blev vilkåret tilsidesat som urimeligt

Samtidig med oprettelse af et mobiltelefonabonnement indgik en forbruger en aftale om saldokontrol, således at abonnementet ville blive spærret for den pågældende regningsperiode, når forbruget nåede op på 180 kr.

Forbrugeren fik udleveret en vejledning vedrørende brug og vilkår for saldokontrolordningen. Det fremgik heraf, at afsendelse af SMS-beskeder ikke kunne spærres.

Da forbrugeren flere gange fik telefonregninger, der oversteg det aftalte saldomaksimum indbragte han sagen for Forbrugerklagenævnet. Forbrugerklagenævnet indhentede en udtalelse fra Telestyrelsen, der oplyste, at en saldokontrolordning skal omfatte såvel samtale som tekstbeskeder.

Forbrugerklagenævnet traf følgende afgørelse:

»Af den dagældende bekendtgørelse nr. 581 af 6. juli 1999 om udbud af telenet og teletjenester § 17, stk. 1, fremgår, at der ved en saldokontrolordning forstås en centralbaseret ordning, hvor telefonforbindelsen spærres for udgående trafik, straks det er konstateret, at forbruget har overskredet et beløb, der på forhånd er aftalt mellem udbyderen og slutbrugeren. Uanset spærring skal der dog kunne foretages opkald til alarmtjenesten (112) og opkald via frit operatørvalg. Nævnet finder, at bestemmelsen må forstås således, at en saldokontrolordning indebærer, at spærringen ved overskridelse også skal omfatte tekstbeskeder.

Da abonnementsaftalen og den opfølgende vejledning om saldokontrolordningen, hvorefter abonnenten stadig har mulighed for at afsende tekstbeskeder (SMS), selvom vedkommende har nået sin forbrugsgrænse, som erkendt af indklagede er i strid med bekendtgørelsens krav til en saldokontrolordning, finder nævnet, at det vil være stridende mod hæderlig forretningsskik og bevirke en betydelig skævhed i parternes rettigheder og forpligtelser til skade for forbrugeren at gøre aftalevilkåret gældende. Aftalevilkåret tilsidesættes derfor som urimeligt efter aftalelovens § 36 sammenholdt med § 38 c.

Klageren skal som følge heraf stilles, som om saldokontrolordningen havde virket i overensstemmelse med lovgivningens krav til en saldokontrolordning. Under henvisning til, at der var aftalt et saldomaksimum på 180 kr., finder nævnet, at klager højst er forpligtet til at betale 180 kr. for samtaleforbrug pr. måned. Hertil kommer det månedlige gebyr på 10 kr. for saldokontroltjenesten.« (2000-4054/7-505)

6.4.9. **En forbruger anførte på abonnementsoprettelsen, at han ønskede samtalekontrol. Da teleudbyderen bekræftede oprettelsen uden yderligere bemærkninger, var der indgået en aftale om samtalekontrol**

En forbruger købte i en forretning (indklagede 2) en mobiltelefon, og oprettede samtidig et abonnement hos en teleudbyder (indklagede 1). Forbrugeren bad om at få et maksimum på sin taletid på 225 kr. Ekspedienten, som udfyldte oprettelsesblanketten, anførte under rubrikken »andet« »max taletid 225«. Forbrugeren modtog herefter fra udbyderen en bekræftelse af aftalen, der ikke omtalte saldokontrolordningen.

Da forbrugeren modtog sin første regning, lød den på 1.825,51 kr. Forbrugeren klagede til teleudbyderen, der afviste klagen under henvisning til, at der ikke på oprettelsestidspunktet var indgået aftale om saldokontrol, og at det af aftalevilkårene fremgik, at man selv skulle definere sit samtaleforbrug ved en tryk selv service. Forretningsindehaveren oplyste, at forbrugers ønske om en maksimal taletid på 225 kr. var anført på oprettelsesblanketten. Forbrugerklagenævnet udtalte:

»Efter abonnementsvilkårenes pkt. 3 må den af klageren underskrevne oprettelsesblanket aftaleretligt anses som et tilbud, og indklagede 1's ordrebekræftelse må anses for at være accepten heraf. Af oprettelsesblanketten fremgår, at klageren har tegnet et Modus 1-abonnement, dvs. med 1 times forudbetalt taletid månedligt, og det er videre anført under overskriften »Ekstra services« i rubrikken »andet«, at klageren ønskede en »max taletid 225«. Disse to angivelser kan ikke anses for at være indbyrdes modstridende, og det findes sammenholdt med klagerens og indklagede 2's oplysninger godtgjort, at klageren har ønsket en samtalekontrol for et maksimumforbrug på 225 kr. månedligt, hvilket nævnet finder må have stået indklagede 1 klart ved udfærdigelsen af ordrebekræftelsen. Nævnet finder ikke, at indklagede 1's accept kan anses som uoverensstemmende, jf. aftalelovens § 6, hvorefter uoverensstemmende accept anses som afslag i forbindelse med nyt tilbud, men blot som en ufuldstændig accept, idet indklagede 1 ikke omtalte maksimumkontrolordningen og undlod at vejlede klageren om iværksættelse af kontrollen. Ved indklagede 1's accept er der derfor indgået en bindende aftale om samtaleforbrugskontrol som anført af klageren, som derfor maksimalt har kunnet opkræves 225 kr. om måneden for samtaler efter Modus 1-ordningen.

For så vidt angår spørgsmålet om, hvorvidt den maksimale taletid på 225 kr. skal anses for at ligge ud over udgiften til abonnementet på 125 kr. om måneden, eller om den 1 times forudbetalte taletid er inkluderet heri, finder nævnet, at uklarheden skal fortolkes til gunst for klageren, jf. princippet i aftalelovens § 38 b, således at aftalen må forstås som en aftale om, at klageren som et abso-

lut maksimum efter Modus 1-abonnementet kun skal betale 225 kr. om måneden i den omhandlede periode.

Nævnet bemærker videre, at klageren, som havde en berettiget forventning om, at mobiltelefonen ville blive spærret, når samtaleafgiften oversteg 225 kr. + moms om måneden, ikke burde have indset, at han overskred den maksimale taletid ved de foretagne opkald til udlandet. Klageren kan således ikke forventes at have en nærmere viden om takster og indbyrdes fordeling af taksering for udlandsopkald, og han kunne eller burde derfor ikke vide, at han havde overskredet den af ham forudsatte maksimale taletid.

Nævnet finder herefter, at klageren skal fritages for at betale mere end 350 kr. for perioden 17. juni 2000 til 14. august 2000 til indklagede 1. Klageren skal endvidere fritages for at betale eventuelt gebyr, som måtte være opkrævet af indklagede 1 vedrørende denne periode.

Nævnet finder ikke noget grundlag for tillige at give klageren medhold i klagen over for indklagede 2. (2000-4054/7-576)

6.4.10. Et vilkår, hvorefter en teleudbyder havde ret til at afbryde telefonforbindelsen efter en risikovurdering af kunden, måtte ikke udnyttes løbende ved enhver mindre betalingsmisligholdelse. Der bør ske en reel risikovurdering inden en spærring, og der bør så vidt muligt gives kunden et forudgående varsel. En teleudbyder kunne ikke nærmere begrunde sin vurdering af risikoen ved kundeforholdet til en forbruger, der fik lukket telefonen efter 12 dages betalingsforsinkelse. Forbrugerens ophævelse af aftalen i forbindelse med spærringen var derfor berettiget

En forbruger betalte ikke en telefonregning på 1.905 kr. til tiden. Efter 12 dages forsinkelse blev mobiltelefonen spærret uden nogen betalingspåmindelse. Forbrugerens kontaktede samme dag teleudbyderen for at finde årsagen til spærringen. Han fik at vide, at spærringen skyldte betalingsforsinkelsen, og at han skulle betale et gebyr for at få telefonen åbnet. Forbrugerens blev vred og ophævede abonnementsaftalen. Da sagen blev sendt til inkasso, indbragte forbrugerens sagen for Forbrugerklagenævnet, der traf følgende afgørelse:

»Efter det oplyste lægges det til grund, at indklagede uden varsel spærrede klagerens telefon på grund af klagerens forsinkelse i 12 dage med betaling af en regning på 1.905,81 kr.

Efter pkt. 7 i vilkårene for klagerens abonnementsaftale kunne indklagede ud fra en risikovurdering vælge at afbryde levering af tjenester og serviceydelser til en kunde.

Efter nævnets opfattelse vil det være i strid med god forretnings-skik og bevirke en betydelig skævhed i parternes rettigheder og for-pligtelser til skade for forbrugeren, hvis dette vilkår anvendes lø-bende ved enhver mindre betalingsmisligholdelse. Det er således nævnets opfattelse, at der bør ske en reel risikovurdering inden en spærring, og at der så vidt muligt bør gives kunden et forudgående varsel. Indklagede har ikke nærmere begrundet sin vurdering af risikoen ved kundeforholdet til klageren, og nævnet går derfor ud fra, at spærringen efter de 12 dages betalingsmisligholdelse er sket uden en sådan vurdering. Det bemærkes, at klageren i perioden efter opgørelsen af den regning på 1.905,81 kr., der førte til spær-ringen, har ført samtaler for 1.155,61 kr., og at der således ikke er tale om en markant stigning af telefonforbruget, som kunne have været et relevant moment i en risikovurdering.

Nævnet finder herefter ikke, at indklagede har været berettiget til at gøre vilkåret gældende i forbindelse med klagerens betalings-misligholdelse, jf. aftalelovens § 38 c, stk. 1, således at indklagede ved at spærre telefonen har misligholdt sine forpligtelser over for klageren. Klagerens ophævelse af abonnementsaftalen i forbindelse med spærringen var derfor berettiget, således at indklagede ikke har krav på abonnementsafgift efter ophævelsen.

Klageren hæfter herefter alene for samtaler og abonnementsaf-gift indtil spærringen den 12. februar 1999. Klageren har erkendt, at han i den anledning skylder indklagede i alt 3.350,29 kr., men han har uanset sin erkendelse ikke betalt beløbet til indklagede.

Da indklagedes almindelige abonnementsvilkår pr. august 1997, som var gældende for klagerens abonnement, ikke på tilstrækkelig tydelig måde giver indklagede krav på at kræve gebyrer for rykker-skrivelser, har indklagede ikke været berettiget til at beregne sig så-danne gebyrer.

Da klageren på trods af indklagedes påkrav undlod at betale det beløb på 3.350,29 kr., som klageren erkender at skyldte, var indkla-gede berettiget til at sende sagen til inkasso. Er en fordring mod en forbruger med føje overgivet til inkasso, kan udgifterne herved pålægges forbrugeren i det omfang, udgifterne må anses for rimeli-ge. Der må herved bl.a. tages hensyn til, hvad der anses for gængs pris inden for branchen, jf. herved princippet i købelovens § 72. Forbrugerklagenævnet har fra Dansk Incasso Brancheforening fået oplyst, at branchens maksimale inkassoomkostninger for en hoved-stol på mellem 3.000 og 4.000 kr. udgør 600 kr. + moms. Under hensyn hertil samt til, at indklagede selv har et vist medansvar for den opståede tvist som følge af indklagedes uberettigede spærring af klagerens telefon, finder nævnet, at indklagede alene er beret-tiget til at afkræve klageren et beløb på 375 kr. til dækning af ind-klagedes inkassoudgifter – svarende til halvdelen af sædvanligt inkassosalær.« (4054/7-526)

6.4.11. En teleudbyders abonnementsvilkår med en uopsigelighedsperiode på 6 måneder indeholdt en bestemmelse, hvorefter teleudbyderen betingede sig ret til at kreditvurdere kunderne og – afhængig af resultatet – forlange sikkerhedsstillelse. Teleudbyderen kunne godt afbryde telefonforbindelsen til en kunde, der ikke opfyldte et krav om sikkerhedsstillelse, men ikke samtidig kræve abonnementsbetaling i den resterende bindingsperiode

Kort tid efter indgåelsen af en aftale om et mobiltelefonabonnement med en uopsigelighedsperiode på 6 måneder, spærrede den erhvervsdrivende telefonen og krævede, at forbrugeren stillede en sikkerhed på 5.000 kr. for at få telefonen åbnet. Den erhvervsdrivende havde konstateret, at forbrugeren havde gæld hos en anden teleudbyder, og henviste til abonnementsvilkårene, hvorefter den erhvervsdrivende forbeholdt sig ret til at kreditvurdere kunderne og forlange, at der blev stillet sikkerhed for fortsat brug af mobiltelefonen. Forbrugeren kunne ikke opfylde dette krav og returnerede mobiltelefonen. Den erhvervsdrivende krævede imidlertid fortsat betaling for abonnementet i hele bindingsperioden. Forbrugeren indbragte herefter sagen for Forbrugerklagenævnet, der traf følgende afgørelse:

»Klagerens abonnementsoprettelse af 6. april 2000 skete i henhold til abonnementsvilkår, hvori indklagede betingede sig ret til at foretage en kreditvurdering af klageren og – afhængig af resultatet heraf – at forlange sikkerhedsstillelse, jf. abonnementsvilkårenes pkt. 4. Indklagede foretog i overensstemmelse hermed en kreditvurdering af klageren og forlangte herefter en sikkerhedsstillelse på 5.000 kr. Da klageren ikke kunne stille denne sikkerhed, afbrød indklagede i overensstemmelse med abonnementsvilkårenes pkt. 25. A. klagerens forbindelse til indklagedes tjenester.

Indklagede har herefter påberåbt sig, at klageren uanset dette fortsat er bundet af aftalen, herunder af aftalens bestemmelse om en uopsigelighedsperiode på 6 måneder.

Det må imidlertid anses for urimeligt og i strid med god forretningsskik at lade en forbruger binde af en uopsigelighedsbestemmelse i et abonnement, forinden det er afklaret, om forbrugeren vil kunne opfylde abonnementsudbyderens krav til kreditværdighed og sikkerhedsstillelse.

Der kan herved også henvises til listen til Rådets direktiv nr. 93/13/EØF af 5. april 1993 om urimelige kontraktvilkår, hvorefter det bl.a. anses for et urimeligt vilkår i en kontrakt at pålægge en forbruger pligt til at opfylde sine forpligtelser, selvom den erhvervsdrivende ikke opfylder sine, jf. listens pkt. 1 o). Et vilkår

herom vil derfor i almindelighed skulle tilsidesættes som værende urimeligt efter bestemmelserne i aftalelovens § 38 c, jf. § 36.

Nævnet finder som følge af det anførte, at indklagede ikke er berettiget til at kræve, at klageren skal betale abonnementsafgift for en uopsigelighedsperiode, som klageren samtidig er afskåret fra at udnytte som følge af indklagedes krav om sikkerhedsstillelse.«

Nævnet fritog herefter forbrugeren for kravet om abonnementsbetaling i uopsigelighedsperioden. (4054/7-574)

6.4.12. Manglende mulighed for opsigelse af abonnement i bindingsperioden, da klageren ikke blev kreditgodkendt

En forbruger købte en mobiltelefon på tilbud. Tilbuddet var betinget af samtidig oprettelse af et abonnement på min. 6 måneder. Da det udleverede mobilnummer fortsat var lukket, fik forbrugeren telefonisk oplyst, at abonnementet var lukket, da han ikke var blevet kreditgodkendt. Abonnementet blev åbnet på betingelse af, at forbrugeren lovede at stille sikkerhed. Efterfølgende meddelte teleudbyderen skriftligt, at abonnementet var spærret, og at der skulle stilles sikkerhed på 2.000 kr., der blev tildelt et forbrugsmaksimum på 500 kr., og fakturering skulle ske hver måned i stedet for den sædvanlige kvartalsfakturering. Forbrugeren blev efterfølgende afkrævet godt 675 kr., der omfattede 6 måneders abonnementsafgift m.m. Klageren opsagde abonnementet på grund af de tilbudte forringede vilkår og tilbød at betale 300 kr.

Forbrugeren forelagde sagen for Forbrugerklagenævnet, der traf følgende afgørelse:

»Det fremgår af de almindelige abonnementsvilkår, at forudsætningen for indgåelse af en abonnementsaftale er, at indklagede kan kreditgodkende abonnenten. Nævnet finder derfor, at indklagede efterfølgende har været berettiget til at afslå at indgå en abonnementsaftale på de almindelige vilkår, når klageren ikke kunne kreditgodkendes.

Det forhold, at indklagede efter abonnementsvilkårene ved manglende kreditgodkendelse i stedet kræver sikkerhedsstillelse, fakturering hver måned og forbrugsmaksimum, er imidlertid en så væsentlig ændring af de almindelige aftalevilkår, at forbrugers forudsætninger for at indgå en aftale må anses for bristet.

Nævnet finder, at et vilkår om, at forbrugeren er bundet af uopsigelighed, uanset at aftalen er betinget af indklagedes efterfølgende kreditgodkendelse, må anses for urimeligt i en forbrugerkontrakt, jf. aftalelovens § 38 c, sammenholdt med § 36. Det er således nævnets opfattelse, at det er urimeligt og i strid med redelig handlemåde at gøre vilkåret om 6 måneders uopsigelighed gældende og at kræve den fulde betaling af den faste abonnementsafgift i hele uopsigelighedsperioden.

Nævnet finder derfor, at den manglende kreditgodkendelse og fastsættelse af en aftale med forringede abonnementsvilkår herefter bør vurderes efter punkt 28, 2. afsnit, i de almindelige abonnementsvilkår, således at forbrugeren – uanset aftalen om uopsigelighed – i stedet kan opsige det midlertidige abonnement med et varsel på 10 arbejdsdage.

Da klageren imidlertid har anerkendt at ville betale for den periode, hvor abonnementet faktisk var til rådighed, samt samtaleforbrug med i alt 300 kr., finder nævnet, at dette må anses for en rimelig opgørelse af parternes mellemværende, når klageren ikke ønsker at indgå en aftale på de tilbudte forringede vilkår.» (4054/7-409)

6.4.13. En forbruger modtog og betalte gennem næsten 2 år telefonregninger, der på grund af en fejl begået af teleudbyderen ikke omfattede forbrugernes »Duét«-samtaler. Teleudbyderen havde fortabt retten til at kræve efterbetaling, da forbrugeren i god tro havde indrettet sig på, at han havde betalt, hvad han skyldte

Efter indgåelsen af en aftale om et »Duét« mobiltelefonabonnement, som oprettes i kombination med fastnetabonnementet, blev forbrugerne på grund af administrative og tekniske fejl i en periode på næsten 2 år kun faktureret for brugen af fastnettelefonen. Fejlen blev opdaget ved en tilfældighed, og forbrugeren modtog da en regning på over 6.000 kr. for Duét-samtaler i perioden. Forbrugerklagenævnet traf følgende afgørelse:

»Efter det oplyste har indklagede som følge af administrative og tekniske fejl ikke krævet betaling for klagerens Duét-samtaler i perioden fra bestillingen af abonnementet i maj 1998 indtil januar 2000, da fejlen blev opdaget.

Ved bestillingen af Duét-abonnementet udfyldte og underskrev klageren en kontrakt og fik udleveret vilkår mv., hvorefter mobiltelefonen fungerede. Selvom indklagede ikke fremsendte en ordrebekræftelse, finder nævnet, at klageren måtte gå ud fra, at abonnementsaftalen var indgået.

Ifølge indklagedes markedsføring af Duét-abonnementet, jf. velkomstmappen, indgår Duét-samtalerne i indklagedes regning for samtaler over fastnettelefonen, således at kunden kun får én regning. Klageren har derfor ikke haft grund til at reagere, fordi han ikke modtog særskilte regninger for Duét-forbruget i perioden. Den omstændighed, at telefonregningerne ikke indeholdt særlige poster i anledning af Duét-abonnementet, herunder en opgørelse af Duét-forbruget, findes heller ikke at have givet klageren anledning til at reagere. Klageren kan således ikke antages at have været bekendt med, hvorledes regninger, som tillige dækker et Duét-abonnement,

normalt ser ud, ligesom det er nævnets opfattelse, at indklagedes regninger generelt er udformet på en måde, som gør dem vanskelige at overskue for almindelige forbrugere.

Efter omfanget af klagerens Duét-opkald, der fordeler sig over en længere periode, og klagerens forbrug over fastnettelefonen, finder nævnet endvidere ikke, at de telefonregninger, som klageren modtog efter indgåelsen af Duét-abonnementet, var af en sådan størrelse, at klageren burde have indset, at Duét-samtalerne ikke var omfattet. Nævnet bemærker i denne forbindelse, at klageren på baggrund af den fremhævede angivelse: »Spar penge med Duét« i indklagedes velkomstmappe, ikke har haft anledning til at forvente en påfaldende stigning i regningerne efter indgåelsen af Duét-abonnementet.

På denne baggrund finder nævnet, at klageren i overensstemmelse med sin forklaring måtte gå ud fra, at han havde indgået aftale om Duét-abonnementet med indklagede, og at Duét-forbruget var omfattet af de telefonregninger, som han løbende har fået tilsendt og betalt.

Da klageren dermed med føje har indrettet sig på at have betalt, hvad han skulle, for sit telefonforbrug gennem en længere periode, og da den manglende opkrævning af skyldige beløb i henhold til Duét-forbruget alene beror på en fejl i indklagedes system, som indklagede ikke har sørget for at rette inden rimelig tid, finder nævnet herefter, at indklagede har fortabt retten til at kræve efterbetaling af de skyldige beløb.« (2000-4054/7-483)

6.4.14. Et vilkår, hvorefter brugeren af et telefonabonnement kan indgå aftaler, der forpligter abonnenten, hvis denne ikke gør indsigelse overfor en ordrebekræftelse, er byrdefuldt og bør derfor være aftalt – og vilkåret særligt fremhævet – hvis vilkåret skal kunne forpligte abonnenten. Aftale om saldokontrolordning var bindende for udbyderen

En mor oprettede et fastnetabonnement til sin voksne søn, som var sat under økonomisk administration. Moderen, som stod som abonnent, indgik samtidig en aftale med udbyderen om, at der blev oprettet en saldokontrolordning, således at sønnen, der var bruger, ikke kunne tale for mere end 600 kr. inden for en betalingsperiode.

Få måneder efter dette oprette sønnen – som et tillæg til abonnementsaftalen – et såkaldt »Duét-abonnement«, der knytter en mobiltelefon til det eksisterende fastnetabonnement. Ordningen indebærer, at der skal betales endnu et abonnementsbeløb, ligesom der skal betales for mobilsamtalerne og for omstilling mellem de to telefoner.

Teleudbyderen fremsendte en »bekræftelse« vedrørende fastnet-telefonen til moderen. Det fremgik af bekræftelsen, at der var bestilt en lang række ydelser, der var gratis, mens der skulle betales 175 kr. for »Duét«.

Moderen bemærkede ikke denne bekræftelse, idet hun ikke havde bestilt noget hos udbyderen, ligesom hun fra udbyderen modtog en del reklamemateriale, som hun altid smed væk. Først da hun modtog en telefonregning på 3.748 kr. opdagede hun, at der var noget galt. Da udbyderen fastholdt, at moderen skulle betale hele beløbet, indbragte moderen sagen for Forbrugerklagenævnet, der udtalte:

»Det fremgår af oplysningerne i sagen, at klageren har oprettet et fastnettelefonabonnement med sin søn som bruger og med et aftalt saldomaksimum på 600 kr. Det fremgår endvidere af sagen, at sønnen nogen tid efter uden klagerens viden oprettede en Duét-ordning i tilknytning til klagerens abonnement.

I indklagedes abonnementsvilkår, som efter det oplyste er gældende for klagerens telefonabonnement, er under overskriften »2. Parterne« bl.a. anført følgende med almindelig skrift:

»....I tilfælde, hvor der i forbindelse med abonnementet er registreret en fra kunden forskellig bruger af abonnementet, hæfter kunden for brugerens brug heraf.

Hvis brugeren bestiller ydelser i tilknytning til abonnementet, bekræfter Tele Danmark bestillingen ved at sende en ordrebekræftelse såvel til kunden som til brugeren. Hvis kunden ikke inden for 5 arbejdsdage gør indsigelser over for Tele Danmark mod bestillingen, anser Tele Danmark bestillingen for accepteret af kunden, og denne hæfter for bestillingen.«

Nævnet finder det uklart, hvad »ydelser i tilknytning til abonnementet« omfatter, herunder om det omfatter oprettelse af et mobiltelefonabonnement på abonnentens regning. Denne uklarhed må i sig selv komme indklagede til skade, jf. herved aftalelovens § 38 b, stk. 1, hvorefter uklare aftalevilkår, som ikke har været genstand for individuel forhandling, skal fortolkes på den måde, som er mest gunstig for forbrugeren.

Det citerede vilkår fraviger endvidere det almindelige udgangspunkt efter dansk ret, hvorefter en kontraktpart ikke kan ændre en aftale blot ved at sende modparten en meddelelse om, at aftalen er ændret, såfremt den anden part ikke har reageret inden en vis frist. En sådan adgang til »negativ aftalebinding« må derfor være særligt aftalt, og vilkåret herom må – for at være bindende – være særligt fremhævet, da det stiller forbrugeren væsentligt mere byrdefuldt, end hvad der følger af dansk rets almindelige regler.

Nævnet finder det på den anførte baggrund ikke godtgjort, at klageren hæfter for sønnens oprettelse af et Duét-abonnement, uan-

set klageren forholdt sig passiv efter at have modtaget indklagedes »bekræftelse« af 31. juli 1999.

Det fremgik endvidere ikke af denne bekræftelse, at den foretagne bestilling af et Duét-abonnement kunne få konsekvenser for den indgåede aftale om saldomaksimum som følge af, at denne aftale ikke omfatter den mobiltelefon, som gennem sønnens oprettelse af et Duét-abonnement blev sammenkædet med klagerens fastnetabonnement.

Klageren kom herved til at stå som hæftende uden beløbsbegrænsning for sønnens brug af mobiltelefonen, uden at klageren kan anses for at have accepteret dette.«

Nævnet fandt på den baggrund ikke, at forbrugeren hæftede for mere end det aftalte saldomaksimum og for betaling af fastnetabonnementet. (2000-4054/7-479)

6.4.15. En forbruger havde uden at vide det fået downloaded et opkaldsprogram på sin harddisk. Dette program kaldte med jævne mellemrum op til et telefonnummer på Sankt Helena via forbrugers almindelige fastnetforbindelse. Forbrugeren modtog 3 uger senere en telefonregning på ca. 31.000 kr. fra fastnetudbyderen. Nævnet fandt, at det under de beskrevne omstændigheder var urimeligt at gøre et standardvilkår, hvorefter abonnenten hæftede for alle opkald, der blev foretaget via telefonforbindelsen, gældende overfor forbrugeren

En forbruger lod sin samlever oprette et gratis internetabonnement hos en teleudbyder. Abonnementet blev bestilt via e-post, og forbrugeren havde derfor 14 dages fortrydelsesret fra modtagelse af kontrakten. Forbrugeren meddelte få dage efter modtagelse af kontrakten, at hun ville opsig abonnementet, og hun gik herefter ud fra, at abonnementet var opsagt. Abonnementet var imidlertid ikke blevet opsagt, idet teleudbyderen i stedet for at lukke abonnementet havde sendt abonnenten en mail med en forespørgsel om ønsket lukkedato.

En uges tid senere tog forbrugeren på en 3-ugers ferie. Mens hun var væk passede hendes voksne søn huset. Sønnen havde fået lov til at »gå på nettet« via et andet internetabonnement, som forbrugeren havde hos en anden udbyder. Dette abonnement var forsynet med en spærring på 300 kr.

Da forbrugeren kom hjem fra ferie, modtog hun en regning på ca. 31.000 kr. fra teleudbyderen. Den store regning skyldtes, at der var foretaget en lang række opkald til Sankt Helena. Forbrugeren, der ikke havde foretaget opkald til Sankt Helena, klagede til Tele-

styrelsen. Telestyrelsen lod forbrugerens ledningsveje undersøge, og da der ikke kunne konstateres indbrud på nettet, fik forbrugeren ikke medhold i sit krav.

Forbrugeren indbragte herefter sagen for Forbrugerklagenævnet og påstod sig fritaget for betaling af det opkrævede beløb under henvisning til, at hun havde fortrudt oprettelsen af internetabonnementet rettidigt.

Under sagens behandling forklarede teleudbyderen, at det var almindelig kendt, at man i forbindelse med surfing på internettet uden at vide det kunne få downloadet et opkaldsprogram, som herefter selv ringede op til Sankt Helena eller andre destinationer via den almindelige telefonforbindelse.

Forbrugerklagenævnet traf den 26. juni 2001 følgende afgørelse:

»Klagen vedrører en telefonregning for perioden 7. juli – 1. august 2000 på i alt 31.922,64 kr., hvoraf klageren påstår sig fritaget for betaling af den del, der vedrører udlandssamtaler, som klageren ikke har foretaget.

Regningen omfatter ifølge den af indklagede udarbejdede opkaldsliste, bl.a. 74 opkald til nummeret 002908450, til en samlet pris på 30.969,26 kr. Disse opkald fordeler sig således:

Dato	antal opkald pris	samlet opkaldstid
14.7	22 8.245 kr.	7:42
15.7	15 7.458 kr.	6:42
23.7	2 705 kr.	0.40
24.7	12 6.710 kr.	6:05
25.7	5 1.338 kr.	1:13
26.7	10 4.294 kr.	3:55
27.7	8 2.919 kr.	2:47

Listen indeholder derudover bl.a. diverse fjernopkald – heraf flere langvarige – foretaget via Tele Danmarks opkøblingsnummer 76305800.

Problemstillingen vedrørende utilsigtet downloading

Opkaldene til nummeret 002908450 skyldes – hvilket indklagede ikke har bestridt – såkaldt utilsigtet downloading, dvs. at der under surfing på internettet utilsigtet er blevet downloadet en fil eller et program i klagerens computer, som efterfølgende uden klagerens viden automatisk har foretaget opkald til udlandet.

Denne problemstilling er omtalt side 19 ff i Telebrugernævnets årsberetning for 2000. Det fremgår heraf, at Telebrugernævnet har behandlet en enkelt klage herom i 1999 samt adskillige i 2000 – heraf enkelte på beløb mellem 25.000 kr. og 45.000 kr. Det hedder om disse sager i årsberetningen bl.a.:

»... I klagesagerne optræder eksempelvis påklagede opkald til Sankt Helena, Sierre Leone og/eller Guyana på telefonregningerne. For så vidt angår opkald til Sankt Helena ses nummeret 00 290 8450 [dvs. samme nummer som i den foreliggende sag] at gå igen i mange af sagerne. Dette telefonnummer ses også i klager over almindelige udlandsopkald, hvor klagerne ikke har internetadgang, så det må formodes, at nummeret også har været annonceret i formiddagspressen som en sexlinje. Fra omkring 1999 og indtil sommeren 2000 ses det oplyst i klagesagerne, at nummeret er en datalinje.

Ved at sammenligne længden af de påklagede opkald i de sager, som nævnet har haft under behandling, tegner der sig et billede af, at de downloadede filer eller programmer har været forprogrammeret til at foretage opkald af en længde på ca. en halv time, ligesom det ser ud til, at programmerne og filerne er forberedt til at lukke automatisk ned, hvis klageren går i gang med at foretage et almindeligt telefonopkald eller kobler sig til sin internetudbyder.

Ved behandlingen i Telebrugernævnet af denne type sager har nævnet ikke kunnet give klagerne medhold i klager over Tele Danmark, da de påklagede udlandsopkald er fremkommet ved, at klageren eller andre med adgang til klagerens computer har downloadet en fil eller et program fra internettet. Dette forhold falder uden for Tele Danmarks ansvarsområde som teleoperatør. Klageren hæfter over for Tele Danmark for den påklagede opkaldsregistrering, der er fremkommet ved klagerens eller andre med adgang til klagerens computer uhensigtsmæssige adfærd i forbindelse med »surfing« på internettet.

I nævnets behandling af klagerne er der ikke taget stilling til, om klagerne eventuelt kan gøre et erstatningskrav gældende over for andre end Tele Danmark, herunder over for indehavere af hjemmesider, som er indrettet således, at der ved downloading af programmer eller filer sker en ændring af opkaldsprofiler i klagerens computer, hvorved der kan foretages opkald til udlandet.

Problemstillingen omkring denne type sager var dog medvirkende til, at der på nævnets møde den 18. december 2000 blev truffet beslutning om, at formanden skulle rette enslydende henvendelser til foreningerne Telekommunikationsindustrien i Danmark og Foreningen af InternetLeverandører med henblik på at få belyst de muligheder, der er for at orientere forbrugerne generelt om de risici, der kan være ved at

bevæge sig ud på internettet, samt generelt at dæmme op for problemer af denne karakter.»

2. Telebrugernævnets kompetence

Telebrugernævnet behandler klager over Telestyrelsens afgørelser samt træffer afgørelse i sager, der er henvist til nævnet af Telestyrelsen, jf. § 17 i den tidligere lov om forsyningspligt og visse forbrugerforhold inden for telesektoren, som var gældende indtil 1. juli 2000, og § 96 i lov nr. 418 af 31. maj 2000 om konkurrence- og forbrugerforhold på telemarkedet, som trådte i kraft den 1. juli 2000.

Telestyrelsen træffer bl.a. afgørelse som første instans i alle enkeltssager vedrørende forsyningspligtudbyderes overholdelse af gældende vilkår, herunder abonnementsvilkår, og alle udbydere af net og tjenesters overholdelse af de sektorspecifikke forbrugerbeskyttelsesregler.

Om Telestyrelsens – og dermed Telebrugernævnets – kompetence til at håndhæve den særlige forbrugerbeskyttelse på forsyningspligtområdet hedder det i bemærkningerne til § 18 i den i 2000 gennemførte lov bl.a., jf. Folketingstidende 1999-2000, tillæg A, s.6896 ff.:

»Bestemmelsen [§18 giver forskningsministeren hjemmel til at fastsætte nærmere regler for de udpegede forsyningspligtudbyderes forpligtelser] viderefører den hidtil gældende særlige forbrugerbeskyttelse på forsyningspligtområdet, i form af en skærpet regulering af kontraktvilkår og kvalitetskrav. ...

I den gældende bestemmelse i § 5 i lov om forsyningspligt og visse forbrugerforhold inden for telesektoren sker dette ved, at Telestyrelsen, på grundlag af regler fastsat af forskningsministeren, godkender dele af forsyningspligtudbyderens abonnementsvilkår og herunder har adgang til at kræve ændringer heri. Telestyrelsen godkender imidlertid i henhold til de gældende regler ikke de samlede abonnementsvilkår. Telestyrelsens tilsynskompetence, herunder styrelsens kompetence til behandling af klager over manglende overholdelse af abonnementsvilkårene fra forsyningspligtudbyderens side, omfatter altså ikke hele sættet af abonnementsvilkår, men alene de vilkår, som Telestyrelsen har godkendt. Øvrige klager over forsyningspligtudbyderens kontraktvilkår og eventuelle manglende overholdelse heraf og over andre teleselskabers kontraktvilkår – skal i stedet rettes til Forbrugerstyrelsen. Samtidig fremtræder det for forbrugeren, som om Telestyrelsen har været involveret i udformningen af og godkendt abonnementsvilkårene. Dette har medført en ringe gennemsækelighed for forbrugerne, idet klager over forsyningspligtudbyderens abonnementsvilkår kun i visse tilfælde kan behandles af Telestyrelsen, mens klager i andre tilfælde

vil være omfattet af andre myndigheders kompetence, fx Forbrugerstyrelsens.

Med nærværende bestemmelse foreslås derfor en ændret reguleringsform, der indebærer, at minimumskraverne til forsyningspligtudbyderens slutbrugerkontrakter og indholdet heraf, herunder de minimumskrav til kvalitet mv., som forsyningspligtudbyderen skal overholde, i stedet reguleres i en bekendtgørelse, hvor Telestyrelsen fører tilsyn med overholdelsen, og slutbrugere derfor kan klage til Telestyrelsen over manglende overholdelse. ...

....
Af ovennævnte følger også, at bekendtgørelsesreguleringen ikke vil gøre udtømmende op med forholdet mellem forsyningspligtudbyder og bruger, men alene vil regulere del-elementer af dette kundeforhold.»

3. Kompetencen til at afgøre den foreliggende sag

Sagen har været indbragt for Telestyrelsen, som ved sin afgørelse af 14. november 2000 ikke kunne give klageren medhold i klagen. Det fremgår af Telestyrelsens afgørelse, at styrelsen herved har lagt vægt på, at det af pkt. 2 i vilkårene for klagerens telefonabonnement fremgår, at abonnenten som udgangspunkt hæfter for alle samtaler, der registreres på vedkommendes telefonnummer, herunder også samtaler, som andre end abonnenten selv måtte have ført, og at de påklagede opkald med stor sandsynlighed er foretaget fra klagerens telefon.

I den klage, som Forbrugerklagenævnet har modtaget, bestrider klageren ikke, at opkaldene er foretaget via hendes telefon. Hun gør derimod gældende, at hun ikke er forpligtet til at betale for opkaldene, da de er foretaget uden hendes vidende og accept, og da de er blevet muliggjort ved, at hendes søn har gjort brug af en internetforbindelse, hvis oprettelse klageren havde fortrudt rettidigt, hvorfor klageren med rette er gået ud fra, at forbindelsen var blevet afbrudt igen.

Den klage, som er indgivet til Forbrugerklagenævnet, drejer sig således hverken om fejlagtige opkaldsregistreringer eller om indklagedes manglende overholdelse af pligtmæssige abonnementsvilkår, men derimod om, hvorvidt klageren efter *almindelige aftaleretlige regler* er berettiget til at nægte at betale det beløb på 30.969,26 kr., som indklagede har debiteret hende i anledning af de automatiske opkald til nummeret på Sankt Helena, som har fundet sted som følge af den stedfundne utilsigtede downloading.

Klager af denne karakter har ikke hidtil været behandlet af Telestyrelsen og Telebrugernævnet, og det synes af lovgiver forudsat, at denne type klager p.t. henhører under Forbrugerklagenævnets kompetence, jf. uddraget fra bemærkningerne til den gældende lovs § 18 citeret ovenfor under pkt. 2. Forbrugerklagenævnet anser sig på denne baggrund for kompetent til at behandle sagen.

4. Betydningen af reglerne om fortrydelsesret

Bestilling og afbestilling af den af sagen omfattede internetforbindelse – et Oposia Internetabonnement – blev foretaget af klagerens samlever, men da klageren har oplyst, at såvel bestillingen som afbestillingen blev foretaget med hendes samtykke, har klagerens samlever haft den fornødne fuldmagt til at disponere på hendes vegne.

Indklagede sendte ved skrivelse af 22. juni 2000 stilet til klagerens samlever en ordrebekræftelse på det bestilte internetabonnement, idet det i skrivelsen blev oplyst, at kunden ved henvendelse til internet Kundeservice kunne fortryde abonnementsaftalen inden for 14 dage efter ordrebekræftelsens modtagelse. Det er ubestridt, at klagerens samlever den 26. juni 2000 pr. e-mail rettede henvendelse til indklagede med angivelse af et »ja« i rubrikken »opsigelse«. Klageren har forklaret, at hun og hendes samlever herefter gik ud fra, at de herved havde gjort rettidig brug af fortrydelsesretten. Henset til den tidsmæssige sammenhæng har det efter nævnets opfattelse også været nærliggende at forstå henvendelsen således. Indklagede burde derfor ikke have ladet abonnementet fortsætte uden at sikre sig bevis for, at dette skete efter klagerens ønske. Indklagede har mod klagerens benægtelse ikke godtgjort, at parterne var i telefonisk kontakt vedrørende spørgsmålet, og indklagedes e-mail af 26. juni 2000 til klageren var indklagede ikke berettiget til at forvente svar på, da indklagede ikke kunne påregne, at klageren ville se efter e-mails på en afbestilt internetforbindelse.

Nævnet finder på baggrund af det anførte, at klageren har fortrudt oprettelsen af Oposia internetabonnementet rettidigt, og at hun derfor ikke hæfter for ydelser leveret i henhold til dette abonnement, jf. herved § 5, stk. 2, nr. 2, sidste pkt., i bekendtgørelse af 6. juli 1999 om udbud af telenet og teletjenester, som var gældende på det pågældende tidspunkt.

Twisten i sagen angår imidlertid ikke betaling for ydelser leveret i henhold til det fortrudte Oposia internetabonnement, men derimod betaling for telefonopkald til udlandet foretaget automatisk fra klagerens telefon efter en utilsigtet downloading indtruffet under sønnens brug af internetforbindelsen. Da denne downloading også kunne have fundet sted under sønnens brug af klagerens øvrige internetforbindelser, finder nævnet ikke, at der er den fornødne årsagssammenhæng mellem indklagedes undladelse af at afbryde det fortrudte internetabonnement og det stedfundne misbrug.

5. Betydningen af andre aftaleretlige regler

Det følger af teleselskabernes sædvanlige standardvilkår for fastnetforbindelser, at en abonnent som udgangspunkt hæfter for alle samtaler, der registreres på vedkommendes telefonnummer. En forbruger, som tegner et telefonabonnement vedrørende en fastnetforbindelse, vil dog normalt kunne forlade sig på, at uvedkommende ikke har adgang til forbindelsen, og det anses af denne grund nor-

malt heller ikke for at være særligt risikobetonet at oprette et fastnetabonnement. Har abonnenten en internetopkobling, vil hyppig og langvarig surfing på internettet naturligvis kunne øge telefonregningen betydeligt, men klageren havde ifølge det oplyste garanteret sig herimod ved at forsyne det i 1999 oprettede internet-abonnement med en spærring på 300 kr.

Risikoen for at få en regning på over 30.000 kr. for 3 ugers telefonforbrug har derfor været helt upåregnelig for klageren samtidig med, at regningen er af en størrelse, som kan være velfærdstruende for en almindelig forbruger.

Nævnet finder, at det under disse omstændigheder må anses for urimeligt og i strid med redelig handlemåde at fastholde, at klageren er forpligtet til at betale den del af hendes telefonregning, som angår opkaldene til nummeret på Sankt Helena, jf. herved aftalelovens § 38 c, sammenholdt med § 36, om beskyttelse imod urimelige kontraktvilkår i visse forbrugeraftaler. § 38 c blev indført i aftaleloven som led i implementeringen af Rådets direktiv nr. 93/13/EØF om urimelige kontraktvilkår i forbrugeraftaler. Der påhviler efter dette direktiv de nationale myndigheder en særlig forpligtelse til at sikre, at vilkår i forbrugeraftaler, som ikke har været genstand for individuel forhandling, ikke medfører en betydelig skævhed i parternes rettigheder og forpligtelser til skade for forbrugeren. Det fremgår samtidig af den til direktivet knyttede vejledende og ikke udtømmende liste over kontraktvilkår, der kan betegnes som urimelige, at direktivet bl.a. har til formål at modvirke, at en forbruger forpligtes af vilkår, som han ikke har haft mulighed for at overskue konsekvenserne af ved aftalens indgåelse.

Til støtte for at bringe aftalelovens § 38 c, jf. § 36, i anvendelse i den foreliggende sag taler endvidere, at indklagede har mulighed for at pulverisere tabet ud på alle sine abonnenter mv., ligesom der er tale om realisering af en risiko, som indklagede må have været bekendt med siden 1999. Indklagede burde herefter have gjort, hvad man kunne for at eliminere denne risiko, fx ved i åbenbare misbrugstilfælde at nægte at opkræve betaling for misbruget hos forbrugeren og i stedet bringe eventuelle egne udlæg i modregning over for den udenlandske teleoperatør, ved at udvikle tekniske løsninger, som kan modvirke utilsigtet downloading, og ved gennem oplysningskampagner mv. at advare internetbrugere herimod.

Havde der fx været tale om misbrug af en mobiltelefon med SIM-kort, sikrer ansvars- og tabsbegrænsningsreglerne i lov om visse betalingsmidler § 11 telefonens indehaver imod store og upåregnelige tab. Teleselskabet bærer efter disse regler – på samme måde som udstederen af et betalingskort – langt den væsentligste del af risikoen for tab i misbrugstilfælde, hvilket bl.a. hænger sammen med, at det er systemudbyderne, som har de tekniske muligheder for at indrette systemerne således, at risikoen for misbrug minimeres, ligesom de har muligheden for at pulverisere tabet ud på hele kredsen af kunder og samarbejdspartnere. Da utilsigtet downloading kan befrygtes at blive et stigende problem, som vil kunne

ramme alle dele af internettet, taler de samme grunde med styrke for at stille krav til teleudbydere om, at de i deres kontrakter skal indsætte rimelige vilkår om risikoens placering/fordeling i tilfælde af misbrug som følge af utilsigtet downloading. Generelle regler herom vil i givet fald kunne udstedes af IT- og forskningsministeren i medfør af lov om konkurrence- og forbrugerforhold på telemarkedet. Forbrugerklagenævnet har derfor anmodet Forbrugerstyrelsen om at gøre forskningsministeren bekendt med nævnets afgørelse og de heri udtrykte synspunkter.«

Forbrugerklagenævnet fandt på den baggrund, at den erhvervsdrivende skulle anerkende, at forbrugeren blev fritaget for at betale den del af hendes telefonregning for juli 2000, som vedrører opkald til nummeret 002908450, i alt 30.969,26 kr. (2000-4052/7-543)

6.4.16. Der kan ikke fremsendes en rykker vedrørende et skyldigt beløb, når forbrugeren har et tilgodehavende, der overstiger dette beløb, som kan modregnes i kravet. Hvis der er tvist om et kravs berettigelse, bør den erhvervsdrivende ikke rykke for beløbet, men foretage relevante retslige skridt til afklaring af tvisten

To ægtefæller, X og Y, havde hvert sit abonnement hos samme teleudbyder. Da ægtefællerne i et fælles brev opsagde abonnementerne, opstod der problemer med opgørelserne af abonnementerne. Den ene ægtefælle havde et beløb på 307,97 kr. til gode (forudbetalt abonnement), men skyldte samtidig 99 kr. Den anden ægtefælle skyldte for samtaler. Ægtefællerne ønskede det overskydende beløb vedrørende X's konto udbetalt. Teleudbyderen nægtede dette og krævede, at de skyldige beløb blev betalt. Da dette ikke skete, sendte teleudbyderen rykkere vedrørende begge konti og pålignede rykkergebyrer. Ægtefællerne indbragte sagerne for Forbrugerklagenævnet, der traf følgende afgørelse:

»Forbrugerklagenævnet lægger efter det oplyste til grund, at klagerne hver især havde indgået særskilte abonnementsaftaler med indklagede.

Ved klagernes fælles opsigelse af abonnementerne den 28. oktober 1998 var der vedrørende X's konto en saldo i hans favør på 307,97 kr. som følge af forudbetalt samtaleforbrug, mens der vedrørende Y's konto var en saldo i indklagedes favør. Det fremgik af opsigelsen, at klagerne ønskede det overskydende beløb vedrørende X's konto tilbagebetalt.

Indklagede, som ikke uden klagernes samtykke var berettiget til at opgøre kontiene samlet, rykkede henholdsvis den 18. november 1998 og den 4. december 1998 Y for betaling af skyldige beløb, som hun tidligere var blevet afkrævet betaling for. Da beløbene skyldtes og ikke kunne påregnes modregnet i en hende tilkommen-

de fordring, var det med føje, at indklagede rykkede hende for betaling og i den forbindelse opkrævede betaling af to rykkergebyrer på i alt 80 kr.

For så vidt angår X's konto, udviste denne konto en saldo i hans favør, som oversteg de af indklagede udsendte opkrævninger. Da hans gæld herefter kunne påregnes afviklet ved modregning, finder nævnet ikke, at det var med føje, at indklagede sendte gebyrbelagte rykkerskrivelser til ham. Nævnet finder derfor, at X ikke har pligt til at betale de rykkergebyrer på i alt 100 kr., som indklagede har debiteret ham.

Klagerne foretog i brev af 8. december 1998 til indklagede en samlet opgørelse af de to konti og vedlagde en check på 43,94 kr. svarende til, hvad den samlede saldo i indklagedes favør udgjorde efter deres beregning. Indklagede var hermed gjort bekendt med, at klagerne ikke mente sig forpligtede til at betale yderligere beløb. Var indklagede ikke enig heri, måtte indklagede søge parternes tvist afgjort ad rettens vej ved at udtage stævning mod klagerne, hvorimod det ikke var egnet til at bringe en afklaring på parternes mellemværende at fremsende yderligere rykkerskrivelser eller at overlade det til et inkassobureau at indkassere indklagedes påståede fordring.

Nævnet finder som følge af det anførte, at indklagede ikke har krav på gebyrer for rykkerskrivelser, som indklagede har sendt efter den 8. december 1998, ligesom indklagede ikke kan kræve betaling af inkassosalær.« (4054/7-194)

6.4.17. Rykkerskrivelser ikke afgivet med føje, teleudbyderen var derfor ikke berettiget til at kræve rykkergebyrer

I maj 1999 oprettede en forbrugers søn et abonnement. Da sønnen brugte mobiltelefonen meget, fremkom der en gæld for samtaler på næsten 4.000 kr. i løbet af 2-3 måneder. Telefonisk blev der aftalt lukning af abonnementet og en betalingsaftale med 4 rater. Ved den skriftlige bekræftelse krævede teleudbyderen, at forbrugeren underskrev et frivilligt forlig. Da forbrugeren ikke kunne overskue rækkevidden af et frivilligt forlig, undlod hun at underskrive det, men betalte raterne. Teleudbyderen afviste betalingsaftalen og opsigelsen, og pålignede rykkergebyrer for de fremsendte rykkerskrivelser. Ved klagens indsendelse til Forbrugerklagenævnet, var der en restgæld på godt 810 kr. Forbrugerklagenævnet traf følgende afgørelse i sagen:

»Det fremgår af oplysningerne i sagen, at parterne forligsmæssigt havde indgået aftale om lukning af klagerens telefon i august 2000 og om afvikling af klagerens gæld med 3 rater a 1.000 kr. og én rate på 813,72 kr. I beløbet var tillige medregnet 250 kr., som indklagede havde beregnet sig i administrationsgebyr.

Klageren ville imidlertid ikke underskrive et frivilligt forlig her-

om, som indeholdt forskellige vilkår om adgang til tvangsfuldbyrdelse. Indklagede har som følge heraf nægtet at acceptere abonnementets ophør uden en skriftlig opsigelse fra klageren, ligesom indklagede har ment sig berettiget til at iværksætte »normal rykker-procedure« og i den anledning fremsendt forskellige gebyrbelagte rykkerskrivelser til klageren.

Da klageren over for indklagede havde tilkendegivet, at hun agtede at tilbagebetale gælden i overensstemmelse med det tilbudte, hvilket hun også har gjort, havde indklagede ingen anledning til at erindre hende om gælden. Indklagedes rykkerskrivelser kan derfor ikke anses for afgivet med føje, hvorfor indklagede er uberettiget til at kræve gebyr for de fremsendte rykkerskrivelser.

Da indklagede endvidere ikke har været berettiget til at betinge en accept af klagerens opsigelse af abonnementet af, at klageren underskrev det ønskede frivillige forlig, kan indklagede heller ikke afkræve klageren et yderligere beløb i abonnementsafgift.

I overensstemmelse med sin påstand fritages klageren herefter i det hele for at betale indklagedes påståede restkrav.« (4054/7-313)

6.4.18. En teleudbyder misligholdt ikke aftalen ved at spærre abonnementet, da der blev konstateret et usædvanligt samtaleforbrug og udbyderen ikke kunne få kontakt til abonnenten. Udbyderen burde have vejledt og hjulpet forbrugeren med opsigelse af abonnementet i stedet for at insistere på en skriftlig opsigelse

Under ferie mistede forbrugeren sin mobiltelefon, men den kom til veje efter nogle dage. Da han kom hjem, viste det sig, at telefonen var blevet misbrugt til adskillige samtaler. I forbindelse med adskillige telefoniske henvendelser med teleudbyderen accepterede forbrugeren at betale knap 2.000 kr., ligesom han fik den opfattelse, at abonnementet var blevet lukket. Teleudbyderen var uenig heri, og ved sagens afgørelse krævede teleudbyderen betaling af godt 2.500 kr. inklusive rykkergebyrer.

Forbrugerklagenævnet traf følgende afgørelse i sagen:

»Forbrugerklagenævnet lægger efter det oplyste til grund, at klagerens mobiltelefon bortkom under ferie, og at der under bortkomsten er foretaget et misbrug af telefonen. Nævnet lægger endvidere til grund, at klageren uanset telefonens bortkomst ikke gjorde noget for at informere indklagede herom. Nævnet finder derfor ikke anledning til at kritisere, at indklagede har fastholdt et krav om betaling af det fulde samtalebeløb på 1.959,92 kr., jf. § 21, stk. 3, nr. 3, i den dagældende betalingskortlov.

Klageren har ikke bestridt, at der under telefonens bortkomst fandt et samtaleforbrug sted, som var langt større end klagerens sædvanlige forbrug. Indklagede reagerede herpå ved at forsøge at

kontakte klageren, hvorpå indklagede spærrede nummeret, da dette ikke lykkedes. Indklagede varetog herved begge parter interesser, og klageren kan derfor ikke påberåbe sig, at indklagede har misligholdt eller afbrudt abonnementsforholdet gennem den foretagne spærring.

Der er ikke enighed mellem parterne om, hvorvidt der var en telefonisk kontakt fra klageren til indklagede i juli 1999, hvorunder klageren mundtligt skulle have opsagt abonnementet. Da indklagede har bestridt klagerens forklaring herom, finder nævnet det herefter ikke godtgjort, at klageren har opsagt abonnementet i juli 1999.

Parterne er imidlertid enige om, at der har været flere telefoniske kontakter efter, at klageren havde modtaget indklagedes regning af 19. august 1999. Telefonen var på dette tidspunkt fortsat spærret, og det var derfor nærliggende at forstå den utilfredshed, som klageren gav udtryk for under telefonsamtalerne, som et ønske om at komme ud af kontraktforholdet. Indklagede burde som led i sin almindelige vejledningspligt have været klageren behjælpelig hermed og herunder have tilbudt klageren en skriftlig bekræftelse på, at abonnementet var opsagt, i stedet for at insistere på en skriftlig opsigelse fra klagerens side. Nævnet finder på denne baggrund, at klageren har krav på, at abonnementet anses for opsagt i slutningen af august 1999 med 30 dages varsel til ophør pr. 1. oktober 1999, således at klageren fritages for at betale den opkrævede abonnementsafgift for perioden 1. oktober – 17. oktober 1999.

Da indklagede i sine abonnementsbetingelser har betinget sig at kræve rykkergebyrer i tilfælde af forsinket betaling, kan nævnet ikke kritisere, at indklagede har sendt klageren to gebyrbelagte rykkerskrivelser, da klageren undlod at betale indklagedes opkrævning for det registrerede samtaleforbrug. Nævnet finder det dog ikke godtgjort, at indklagedes udgifter herved har oversteget 200 kr., og nævnet nedsætter derfor det beløb, som indklagede har opkrævet i rykkergebyrer, fra 250 kr. til 200 kr. (4054/7-220)

6.5. Anden elektronik

6.5.1. Ophævelse af en aftale om leje af kopimaskine, da den erhvervsdrivende efter at have taget maskinen tilbage ikke kunne godtgøre, at den var mangelfri. Vilkår om uopsigelighed kunne ikke anses for vedtaget. Lejer anset som forbruger og ikke erhvervsdrivende

En forbruger ønskede at ophæve en lejeaftale af en kopimaskine, idet han mente, at den var behæftet med mangler. Den erhvervsdrivende tog maskinen tilbage, men afviste efterfølgende at lade forbrugerens hæve aftalen, idet man dels henviste til, at der var aftalt uopsigelighed i 5 år, dels anførte, at man ikke havde fået mulighed for at udbedre eventuelle mangler.

Den erhvervsdrivende mente endvidere, at der ikke var tale om en erhvervsaftale, mens forbrugeren oplyste, at han havde lejet maskinen til privat brug, idet han som medlem af flere foreningsbestyrelser havde et stort kopieringsbehov. Sagen blev indbragt for Forbrugerklagenævnet, der udtalte:

«Ved en forbrugeraftale i civilretlig forstand forstås en aftale, som en erhvervsdrivende indgår som led i sit erhverv, når den anden part (forbrugeren) hovedsagelig handler uden for sit erhverv, jf. herved bl.a. aftalelovens § 38 a, stk. 2, 1. pkt. Den erhvervsdrivende har bevisbyrden for, at en aftale ikke er en forbrugeraftale, jf. bl.a. aftalelovens § 38 a, stk. 2, 2. pkt.

Klageren, som i lejeaftalen er angivet med navn og privatadresse uden angivelse af SE eller Reg. nr., har oplyst, at han lejede maskinen til privat brug, idet han som medlem af flere foreningsbestyrelser har et stort kopieringsbehov. Indklagedes oplysning om, at man kun lejer ud til erhvervsdrivende, er ikke i sig selv noget bevis for, at aftalen ikke er en forbrugeraftale. Da det på baggrund af det anførte ikke kan anses for godtgjort, at klageren har lejet maskinen til andet end privat brug, lægger nævnet herefter til grund, at den indgåede aftale er en forbrugeraftale undergivet nævnets kompetence.

Klageren tilkendegav den 18. januar 2000 skriftligt, at han ønskede at annullere lejeaftalen, da det leverede produkt var for dårligt. Klageren har til støtte herfor henvist til, at maskinen var fejlbehæftet ved leveringen, uden at indklagede på trods af flere servicebesøg var i stand til at få maskinen til at fungere tilfredsstillende.

Indklagede har heroverfor påberåbt sig, at klageren ved sin underskrift på leverancegodkendelsen har godkendt det lejede i overensstemmelse med lejeaftalen, samt at lejeaftalen er uopsigelig i 5 år.

Lejeaftalens bestemmelser om leveringsgodkendelse og om uopsigelighed fremgår af punkt 4.6 og 4.9 i indklagedes almindelige betingelser, som består af en fortrykt side opdelt i tre spalter med en omfattende tekst, som er trykt med små typer. Da klageren efter det oplyste ikke har været opmærksom på disse vilkår, som stiller klageren væsentligt mere byrdefuldt, end hvad der følger af dansk rets almindelige regler, og da vilkårene ikke før aftalens indgåelse har været særligt fremhævet for klageren, finder nævnet, at vilkårene ikke kan anses for vedtaget på en for klageren bindende måde, hvorfor de allerede som følge heraf ikke er bindende for klageren, jf. herved Ussing, *Aftaler* (1950), s. 185, Mads Bryde Andersen, *Grundlæggende Aftaleret* (1997), s. 271, og *Ugeskrift for retsvæsen* årgang 1992, s. 162.

Indklagede har bekræftet, at der efter maskinens levering den 30. november 1999 og indtil klagerens ophævelse den 18. januar 2000 havde været tre serviceopkald fra klageren, hvilket bestyrker klagerens forklaring om, at maskinen var behæftet med fejl ved leveringen, som ikke blev udbedret på trods af flere servicebesøg. Indklagede har ikke fremlagt dokumentation for, hvad der fremgik

af de foretagne servicebesøg, ligesom indklagede har taget maskinen tilbage og disponeret over den til anden side uden at sikre sig bevis for maskinens stand ved tilbagetagelsen. Nævnet finder, at det på denne baggrund må påhvile indklagede at godtgøre, at der ikke ved tilbagetagelsen var mangler ved maskinen, som indklagede burde have udbedret. Da indklagede ikke har løftet denne bevisbyrde, lægger nævnet herefter klagerens forklaring til grund, hvorefter maskinen ved leveringen var behæftet med fejl, som det trods gentagne forsøg endnu ikke var lykkedes indklagede at udbedre ved klagerens ophævelse af aftalen den 18. januar 2000.

Nævnet lægger på denne baggrund til grund, at indklagede har udlejet en defekt kopimaskine, som det 1 _ måned efter leveringen endnu ikke var lykkedes indklagede at bringe i funktionsduelig stand gennem reparation eller ombytning til en mangelfri maskine. Idet nævnet anser en sådan misligholdelse for væsentlig, følger det herefter af dansk rets almindelige obligationsretlige regler, at klagerens ophævelse af 18. januar 2000 af aftalen var berettiget. Nævnet tager som følge heraf klagerens påstand om at blive fritaget for at betale de af indklagede opkrævede beløb til følge.« (2000-4032/7-24)

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

6.6.1. Afregning af vandforbrug. Vandværk skulle anerkende, at en forbruger, fra hvem vandværket ikke havde modtaget selvaflæsningskort til det fastsatte tidspunkt, og som derfor var blevet pålagt at betale et standardbeløb, var berettiget til at få efterreguleret betalingen, da det faktiske forbrug senere blev oplyst

Et vandværk havde ikke modtaget et selvaflæsningskort over årets vandforbrug fra en forbruger inden den fastsatte frist og fremsendte derfor en faktura for et forbrug svarende til 240 m³. Forbrugeren protesterede, idet han hævdede allerede at have indsendt aflæsningskortet. Samtidig oplyste forbrugeren sit faktiske vandforbrug, der var på 162 m³. Vandværket afviste at efterregulere opkrævnin-gen og fastholdt, at forbrugeren skulle betale for 240 m³.

Forbrugeren indbragte herefter sagen for Forbrugerklagenævnet, der traf følgende afgørelse:

»Indklagede er et alment vandforsyningsanlæg omfattet af vandforsyningsloven og er efter § 45 i denne lov forpligtet til *på rimelige vilkår* at forsyne samtlige ejendomme inden for anlæggets naturlige forsyningsområde med vand. Det fremgår endvidere af lovens § 52 a, at prisen for vand skal fastsættes efter et »hvile-i-sig-selv princip«, således af vandforsyningsanlæggets indtægter ikke

overstiger dets udgifter. Efter lovens § 55 skal for hvert alment vandforsyningsanlæg udfærdiges et regulativ, som skal indeholde nærmere bestemmelser af almindelig betydning for vandforsyningen.

Indklagede har under sagen påberåbt sig en af indklagedes bestyrelse vedtagen praksis, hvorefter manglende indsendelse af selv-aflæsningskort medfører, at forbruget fastsættes til minimum 20 m³ vand pr. måned, indtil aflæsning foretages. Denne praksis håndhæves efter det oplyste på den måde, at en senere indsendelse af aflæsningskortet er uden betydning for det indtil da fastsatte forbrug, som således ikke kan kræves efterreguleret, selvom det reelle forbrug ifølge aflæsningskortet har været lavere.

Indklagede har oplyst om sin praksis gennem følgende tekst trykt på aflæsningskortenes bagside, som tillige har været indrykket i annoncer i det lokale dagblad:

»Kortet skal være returneret til Ølgod Tekniske Værker inden 14 dage fra udskrivningsdatoen. Hvis vi modtager kortet efter denne dato, vil der blive pålagt et gebyr på 200,- kr. plus moms 50,- kr., i alt 250,- kr.

Hvis vi ikke modtager Deres aflæsningskort, vil forbruget blive beregnet som sidste års forbrug plus 20% dog min. 240 m³ plus gebyr.«

Det fremgår imidlertid ikke af den citerede tekst, at der ikke kan ske en efterregulering, såfremt selvaflæsningskortet indsendes på et senere tidspunkt.

Det fremgår endvidere ikke af indklagedes vedtægter og regulativ, at indklagedes bestyrelse skulle være beføjet til at håndhæve en praksis, hvorefter forbrugere er afskåret fra at kræve efterregulering i tilfælde af for sen indsendelse af selvaflæsningskortet. Forbrugere, som først får indsendt selvaflæsningskortet et stykke tid efter fristens udløb, risikerer med en sådan praksis at blive pålagt at betale for et langt større vandforbrug end det, som de dokumenterbart har haft, hvilket må anses for urimeligt og i strid med bekendtgørelse nr. 525 af 14. juni 1996 om betaling for vand efter målt forbrug mv. på ejendomsniveau, § 6, hvori det hedder:

»§ 6. Senest fra 1. januar 1999 skal betaling for levering af vand ske efter det målte forbrug. I betalingen kan indgå et fast bidrag.«

Nævnet finder på baggrund af det anførte, at indklagede ikke er berettiget til at nægte at lægge selvaflæsningskortets udvisende til grund, blot fordi det er indsendt for sent, og at indklagede derfor efter klagernes indsendelse af selvaflæsningskortet er forpligtet til at foretage en efterregulering af klagernes vandforbrug, i det omfang de nu foreliggende oplysninger om det reelle vandforbrug berettiger hertil.«

Forbrugerklagenævnet bestemte herefter, at den erhvervsdrivende skulle anerkende, at forbrugeren skulle have efterreguleret betaling for vandforbrug samt vandskat for perioden 1. maj 1999 – 30. juni 2000, således at der alene sker betaling for det faktiske forbrug

i perioden med tillæg af gebyr for forsinket indsendelse af selvaf-læsningskort. (2000-325/7-85)

6.7. Tekstiler og skind (beklædning og bolig)

6.7.1. Køb på prøve – risikoen for varerne under tilbagesendelsen påhvilede sælgeren

En forbruger havde i november 1999 deltaget i et »homeparty« og der købt nogle strømper. Kort tid efter kontaktede forbrugeren sælgeren fra homeparty'et telefonisk, idet hun gerne ville bestille nogle flere strømper. Sælgeren tilbød at sende forbrugeren nogle strømpeprøver, som forbrugeren kunne bestille ud fra. Forbrugeren modtog få dage senere strømpeprøverne, der blev sendt med almindelig post. Efter at have prøvet strømperne returnerede forbrugeren disse med almindelig post. Pakken forsvandt imidlertid under forsendelsen, og der opstod derfor tvist om, hvem der skulle bære risikoen herfor. Forbrugeren indbragte herefter sagen for Forbrugerklagenævnet, der traf følgende afgørelse:

«Det fremgår af oplysningerne i sagen, at klageren var til et »homeparty« hos indklagede den 11. november 1999, hvor hun fik demonstreret forskellige varer, og hvor hun købte nogle strømper. Det fremgår endvidere, at hun den 13. december 1999 ringede til indklagede for at bestille flere strømper, og at indklagede under denne telefonsamtale tilbød at sende hende nogle strømpeprøver. Indklagede fremsendte disse med almindelig post uden at give klageren nærmere instrukser om, hvordan tilbagesendelsen skulle foregå, og det kan derfor ikke bebrejdes klageren, at hun ved tilbagesendelsen brugte samme forsendelsesmåde, som indklagede selv havde benyttet sig af. At strømpeprøverne bortkom under forsendelsen, skyldes derfor en omstændighed, som hverken kan bebrejdes klageren eller indklagede, og spørgsmålet er herefter, hvem der skal bære risikoen for det skete.

Under hensyn til den måde, som kundeforholdet blev etableret på, og til, at sagen angår en telefonisk bestilling, finder nævnet, at spørgsmålet om, hvem der skal bære risikoen for vareprøvernes hændelige undergang eller forringelse, må afgøres efter reglerne i lov om visse forbrugeraftaler, jf. lovebekendtgørelse nr. 886 af 23. december 1987 med senere ændringer, eller disse bestemmelsers analogi.

Ifølge bestemmelserne i lov om visse forbrugeraftaler har forbrugeren fortrydelsesret i en nærmere angiven periode i en række situationer, herunder bl.a. når et køb er indgået under et »homeparty«, og når der foreligger postordre o.l. Fortryder forbrugeren købet rettidigt, er det sælgeren, som bærer risikoen for salgsgenstandens hændelige undergang eller forringelse, også mens den er under forsendelse fra køberen til sælgeren, jf. lovens § 8, stk. 2, og §§ 11 og 12 (efter den seneste ændring af loven § 8, stk. 2, og § 12 a, stk. 3 og 5).

Nævnet lægger som følge af det anførte til grund, at risikoen for, at vareprøverne bortkom under forsendelsen fra klageren til indklagede, har påhvilet indklagede selv, og at indklagede derfor ikke kan gøre noget krav gældende mod klageren i den anledning. (2000-619/7-94)

6.7.2. Manglende levering af to bluser købt til nedsat pris. Erstatning svarende til prisdifferencen

En forbruger havde over internettet bestilt og modtaget ordrebekræftelse på to bluser af mærket Diesel, der var nedsat med 300 kr. pr. stk. Den erhvervsdrivende leverede aldrig bluserne, men meddelte, at de var udsolgte.

Forbrugeren indbragte herefter sagen for Forbrugerklagenævnet, der den 17. april 2001 traf følgende afgørelse:

»Indklagede har uden forbehold accepteret klagerens bestilling af 10. oktober 1999 af to bluser af mærket Diesel til en specialpris af 199,95 kr. pr. stk. Der foreligger derfor en endeligt indgået købsaftale, som forpligter indklagede i henhold til sit indhold.

Da indklagede som følge af manglende lagerkapacitet ikke har kunnet levere bluserne som aftalt, foreligger der en væsentlig forsinkelse, som har berettiget klageren til at hæve købet i medfør af købelovens § 74. Da købet vedrører genstande, bestemte efter art, kan klageren endvidere kræve skadeserstatning efter købelovens § 24, hvorefter sælgeren er erstatningsansvarlig, selvom forsinkelsen ikke kan tilregnes ham, medmindre han har forbeholdt sig fritagelse herfor, eller muligheden for at opfylde aftalen må anses for udelukket ved omstændigheder, der ikke er af en sådan beskaffenhed, at sælgeren ved køkets afslutning burde have taget dem i betragtning, såsom ved hændelig undergang af alle genstande af den art eller det parti, købet angår, ved krig, indførselsforbud eller lignende.

Med hensyn til fastsættelse af erstatningens størrelse efter ophævelsen af et køb følger det af købelovens § 25, at den i mangel af bevis for, at anden skade er lidt, skal fastsættes til det beløb, hvormed prisen for genstande af samme art og godhed som de solgte på leveringstidspunktet overstiger købesummen. Da indklagede i den annonce, som ligger til grund for klagerens bestilling, har anført, at tilbudsprisen på 195,95 kr. indebar en besparelse på 300 kr., lægger nævnet til grund, at prisen for tilsvarende bluser på leveringstidspunktet oversteg købesummen med 300 kr. pr. stk., og at den erstatning, som klageren har krav på efter købelovens § 25 sammenholdt med § 24, herefter kan fastsættes til 600 kr.« (1999-612/7-591)

6.7.3. En kaninskindspels gik op i syningerne, da der var tale om et meget skrøbeligt materiale. Da sælger ikke kunne godtgøre at have informeret forbrugeren om dette, blev frakken anset for mangelfuld. Forbrugeren kunne ikke tilbagelevere pelsen i væsentlig samme stand, jf. købelovens § 58

En forbruger købte en kaninskindspels til en pris af 5.999 kr. Frakken gik op i syningerne, og hægterne blev fæstnet yderligere, da de gik igennem skindet. Der blev afhjulpet to gange. Da fejlen opstod tredje gang, påstod forbrugeren købet ophævet. Sælgeren tilbød afhjælpning og bemærkede, at der var tale om en pels af et skrøbeligt materiale, som ikke kunne anvendes til hverdagsbrug. Forbrugeren afviste at være blevet informeret om dette. Forbrugerklagenævnet traf følgende afgørelse:

»Forbrugerklagenævnet har besigtiget klagerens frakke og konstateret, at skindet flere steder er revnet. Ifølge den sagkyndige må man forvente, at der kan komme revner i skindet, idet det på grund af frakkens forarbejdning er umuligt at sikre sømme og foretage forstærkning omkring lukketøjet.

Nævnet lægger på baggrund af besigtigelsen samt den sagkyndiges oplysninger til grund, at der er tale om en sart frakke, der ikke er egnet til almindelig brug. Efter nævnets opfattelse må det være en naturlig og rimelig forpligtelse for en sælger at oplyse køberen om, at der er tale om en særlig sart vare, hvor man må forvente, at der kan opstå revner i skindet, samt at sikre sig bevis for, at behørig oplysning herom er givet.

Som sagen foreligger oplyst, finder nævnet ikke, at indklagede har godtgjort, at klageren ved købet har fået den fornødne vejledning og er blevet advaret om risikoen for, at der kan opstå revner i skindet. Der er herved lagt vægt på, at dette er blevet bestridt af klageren.

Nævnet finder herefter, at frakken ikke har haft de egenskaber, som klageren med rette kunne forvente, og at frakken derfor er behæftet med en væsentlig mangel, jf. købelovens § 76, stk. 1, nr. 3 og 4. Da frakken fremtræder meget nusset, kan den ikke tilbageleveres i væsentlig samme stand, og klager er derfor afskåret fra at hæve købet, jf. købelovens § 57. Klager er i stedet berettiget til et forholdsmæssigt afslag i prisen, jf. købelovens § 78, stk. 1. Afslaget fastsættes skønsmæssigt til 3.000 kr.« (2001-634/7-172)

6.7.4. En 5-årig dreng ødelagde en tyverialarm, mens moderen prøvede tøj i forretningen. Butiksindehaveren kunne ikke godtgøre, at moderen havde tilsidesat sin tilsynspligt. Uberettiget at nægte indløsning af tilgodebevis

En forbruger henvendte sig i en forretning for at bytte en julegave. Mens hun var i omklædningsrummet for at prøve noget tøj, gik hendes søn hen til butikkens vindue og begyndte at kradse i tyverialarmens sølvbånd, der løb langs døren. Denne blev brudt og alarmen gik i gang. Da forbrugeren ikke havde tid til at finde andre varer, fik hun udleveret et tilgodebevis på 1.298 kr. Hun aftalte med indehaveren af butikken, at de skulle kontakte hende, når de vidste besked om, hvordan sagen om tyverialarmen forsikringsmæssigt skulle ordnes. Forbrugeren hørte intet fra butikken, hvorfor hun regnede med, at sagen om tyverialarmen var i orden. Da hun senere ville benytte sig af tilgodebeviset, blev dette nægtet under henvisning til, at hun skulle erstatte den ødelagte tyverialarm.

Sagen blev forelagt Forbrugerklagenævnet, der udtalte; »Da indklagede ikke har svaret på Forbrugerstyrelsens henvendelser i sagen, lægger nævnet klagerens forklaring til grund.

Det fremgår heraf, at klagerens søn på fem år kom til at aktivere indklagedes tyverialarm, mens klageren befandt sig i et omklædningsrum for at prøve tøj. Indklagede kan kun kræve sine udgifter i anledning af den aktiverede tyverialarm erstattet af klageren, såfremt indklagede kan godtgøre, at det var klagerens manglende overholdelse af sin tilsynspligt med sønnen, som var skyld i uheldet. Indklagede eller indklagedes personale må, da uheldet indtraf, antages at have accepteret, at sønnen kortvarigt befandt sig i butikslokalet uden opsyn og havde i øvrigt selv mulighed for at gribe ind, da den lille dreng kom i nærheden af tyverialarmen. Nævnet finder det derfor ikke godtgjort, at klageren har tilsidesat sin tilsynspligt på en måde, som er ansvarspådragende over for indklagede. Dertil kommer, at indklagede efterfølgende uden forbehold udleverede tilgodebeviset til klageren.

Indklagedes efterfølgende nægtelse af at opfylde sine forpligtelser i henhold til tilgodebeviset var derfor uberettiget og er samtidig udtryk for en væsentlig misligholdelse, som berettiger klageren til at hæve aftaleforholdet og kræve tilgodebeviset indløst kontant.« (2001-619/7-138)

6.7.5 En klagers beslutning om at købe en bluse beroede på en vildfarelse, som den erhvervsdrivende på grund af en utydelig prismærkning var medansvarlig for. Klagerens tilbud om at ville købe blusen var ikke bindende, jf. herved også aftalelovens § 32, stk. 1, sammenholdt med § 39, 2

En forbruger købte en bluse i den tro, at der på prisskiltet stod 299 kr. Da hun skulle skrive under på dankortnotaen, blev hun klar over, at prisen for blusen var 1.299 kr., hvorfor hun ikke ønskede at købe den.

Forbrugeren forklarede, at hun blev presset til at skrive under på dankortnotaen og modtage et tilgodebevis, idet beløbet ifølge ekspeditricen ikke kunne tilbageføres.

Den erhvervsdrivende fastholdt købet under henvisning til, at kunden tydeligt blev gjort opmærksom på, at prisen for blusen var 1.299 kr., og at klageren havde godkendt købet ved at underskrive dankortnotaen.

Forbrugeren indbragte herefter sagen for Forbrugerklagenævnet, der traf følgende afgørelse:

«Var blusen – som anført af klageren – forsynet med et prismærke, som angav prisen til 299 kr., ville dette have været et for indklagede bindende tilbud om at sælge blusen for denne pris, forudsat at klageren hverken indså eller burde have indset, at prisen var så lav, at der måtte foreligge en fejltagelse, jf. herved Højesterets dom gengivet i Ugeskrift for Retsvæsen årgang 1985 s. 877.

Da parterne har afgivet modstridende forklaringer om, hvad der stod på prismærket, kan nævnet ikke med den bevisførelse, som kan finde sted for nævnet, tage stilling til, om blusen rent faktisk var mærket med en forkert pris, hvorfor nævnet ikke kan tage stilling til, om klageren har været berettiget til at forlange at købe blusen for 299 kr.

Det forhold, at indklagede efter sin egen forklaring har fundet anledning til at tydeliggøre 1-tallet på prismærket, må imidlertid i hvert fald anses som en erkendelse af, at prismærkningen ikke var tilstrækkelig tydelig.

Nævnet lægger på denne baggrund klagerens forklaring til grund om, at hun først blev klar over den høje pris efter, at hendes dankort var kørt igennem, hvilket førte til, at hun straks krævede købet annulleret. Da hendes beslutning om at købe blusen beroede på en vildfarelse, som indklagede på grund af den utydelige prismærkning var medansvarlig for, må hendes tilbud om at ville købe blusen anses for uforbindende for hende, jf. herved også aftalelovens § 32, stk. 1, sammenholdt med § 39, 2. pkt. Det følger heraf, at indklagedes personale ikke var berettiget til at kræve, at hun underskrev dankort-notaen mod udstedelse af et tilgodebevis, og klageren kan derfor kræve beløbet på 1.299 kr. tilbagebetalt mod udlevering af dette bevis.» (2000-613/7-203)

6.8. Fodtøj

6.8.1. Et tilgodebevis var ifølge en påtegning kun gyldigt i 1 år. Tidsbegrænsningen blev tilsidesat som urimelig

I forbindelse med tilbagelevering af et par støvler havde en forbruger fået et tilgodebevis på 998 kr. Tilgodebeviset var påtegnet »gyldigt 1 år«. Forbrugeren havde ikke været opmærksom på den præcise udløbsdato, og da hun umiddelbart efter tidsfristens udløb ville bruge tilgodebeviset, afviste forretningen at indløse det.

Forbrugeren indbragte herefter sagen for Forbrugerklagenævnet, der den 11. juli 2001 traf følgende afgørelse:

»Klager har i forbindelse med tilbagelevering af et par støvler modtaget et tilgodebevis på 998 kr. Det fremgår af en påtegning på tilgodebeviset, at det er gyldigt i et år.

Såfremt støvlerne er taget tilbage på grund af en hævebegrundende mangel, har indklagede været forpligtet til at betale købesummen tilbage og har ikke været berettiget til at nøjes med at udstede et tilgodebevis.

Parterne har imidlertid givet modstridende oplysninger om baggrunden for udstedelsen af tilgodebeviset, og nævnet kan derfor ikke tage stilling til, om indklagede har taget støvlerne tilbage pr. kulance eller som følge af en mangel ved støvlerne.

Indklagede har gjort gældende, at tilgodebeviset giver forbrugeren en væsentlig længere frist end almindeligt foreskrevet. Et vilkår, der begrænser gyldigheden af et tilgodebevis til et år, betyder imidlertid en væsentlig skærpelse i forhold til lovgivningens almindelige regler, hvorefter et tilgodebevis tidligst forældes efter 5 år. Under henvisning hertil samt til, at indklagede ikke har angivet nogen rimelig grund til at tidsbegrænse tilgodebeviset, finder nævnet, at vilkåret er urimeligt og kan tilsidesættes som ugyldigt i medfør af aftalelovens § 38 c sammenholdt med § 36.«

Nævnet fandt på den baggrund, at den erhvervsdrivende skulle anerkende, at gyldigheden af tilgodebeviset ikke kunne tidsbegrænses til 1 år. (2001-62/7-989)

6.8.2. En aftale indgået på baggrund af et tilbud »køb to par sko – betal for det dyreste« måtte forstås således, at forbrugeren havde betalt det fulde beløb for det dyreste par sko og 0 kr. for det billigste, således at forbrugeren ved tilbagelevering af det dyreste par sko på grund af mangler havde krav på tilbagebetaling af det fulde beløb

En forbruger havde på baggrund af et tilbud om køb af to par – betal for de dyreste – købt to par sko. Det dyreste par sko blev leveret tilbage på grund af en mangel. Forbrugeren krævede det fulde beløb tilbage, men forretningen ville alene tilbagebetale 654 kr., idet man mente, at rabatten skulle fordeles forholdsmæssigt på prisen for de to par sko.

Forbrugeren indbragte herefter sagen for Forbrugerklagenævnet, der den 10. august 2001 traf følgende afgørelse:

»Det fremgår af sagens oplysninger, at klageren på baggrund af et tilbud fra indklagede om at købe to par sko og betale for det dyreste par har købt to par for i alt 1.199 kr.

Klageren købte i henhold til dette tilbud to par sko. De to par sko er på købsbon'en anført med de oprindelige priser på henholdsvis 999 kr. og 1.199 kr., og der er umiddelbart efter beløbet 999 kr. fratrullet 999 kr.

Indklagede har på grund af mangler taget det dyreste af de to par sko – parret til 1.199 kr. – tilbage. Klageren har derfor krav på at få købesummen for dette par sko tilbage. Tvisten drejer sig om, hvorledes købesummen for dette par sko skal fastsættes.

Tre nævnsmedlemmer udtaler: Efter tilbuddet kunne klageren købe to par sko og nøjes med at betale for det dyreste par. Det billigste par fulgte altså vederlagsfrit med. Bon'en er i overensstemmelse hermed udformet således, at der er betalt 1.199 kr. for det dyreste par og 0 kr. for det billigste. Vi finder herefter, at såvel tilbuddet som bon'en naturligst må forstås således, at klageren har betalt 1.199 kr. for det dyreste par sko og 0 kr. for det billigste. Vi finder derfor, at klageren i overensstemmelse hermed har krav på tilbagebetaling af 1.199 kr.

To nævnsmedlemmer finder, at tilbuddet, og uanset udformingen af bonen, må forstås som en rabatpris omfattende begge par sko, og at klagerens tilbagebetalingskrav herefter er det af indklagede tilbudte beløb på 654 kr.«

Forbrugeren fik derfor medhold i at hun havde krav på udbetaling af 1.199 kr. (2000-62/7-850)

6.8.3. På grund af en fejl var to par støvler solgt til stærkt nedsat pris. Den indgåede aftale var bindende. Erstatning svarende til prisdifferencen

En forbruger havde under udsalg købt to par støvler til en væsentlig nedsat pris. Straks efter købet opdagede forretningen, at støvlerne var fra den nye forårskollektion og derfor ikke var på udsalg, hvorfor man nægtede at udlevere støvlerne.

Forbrugeren indbragte sagen for Forbrugerklagenævnet, der den 11. juli 2001 traf følgende afgørelse:

»Nævnet lægger efter det oplyste til grund, at klageren af indklagedes personale fik tilbudt at købe de omhandlede to par støvler til 299 kr. pr. par, hvilket klageren accepterede. Efter at klageren havde betalt med Dankort for støvlerne, blev indklagede imidlertid opmærksom på, at prisen var forkert, idet støvlerne var fra den nye forårskollektion og derfor ikke var på udsalg, men kostede 1.599 kr. pr. par. Indklagede nægtede herefter at udlevere støvlerne og tilbageførte trods klagerens protester beløbet på klagerens konto.

Det følger af aftalelovens § 7, at et løfte er bindende for løftegiveren, når det er kommet til løftemodtagerens kundskab. Dette gælder også et løfte, som er blevet afgivet ved en fejltagelse, hvis løftemodtageren ved løftets modtagelse hverken indså eller burde indse, at der forelå en fejltagelse, jf. aftalelovens § 32, stk. 1. Der kan dog under særlige omstændigheder også tages hensyn til den viden, som løftemodtageren har fået efter, at løftet kom til hans kundskab, men forinden løftet har virket bestemmende på hans handlemåde, jf. aftalelovens § 39, 2. pkt.

Da indklagede havde udsalg, hvor de fleste varer efter det oplyste var nedsat fra mellem 800-1.600 kr. til 299 kr., og da klageren fik støvlerne tilbudt til den nedsatte pris af indklagedes personale, lægger nævnet til grund, at klageren ikke ved modtagelsen af dette tilbud burde have indset, at der forelå en fejltagelse. Nævnet finder endvidere, at der ikke foreligger sådanne særlige omstændigheder, at der er grundlag for at bringe aftalelovens § 39, 2. pkt., i anvendelse, da indklagede er nærmest til at sikre sig imod en fejltagelse som den foreliggende, som ikke er forventelig for kunderne.

Nævnet lægger som følge af det anførte til grund, at der er indgået en for indklagede bindende aftale om salg af støvlerne for 299 kr. pr. par. Da indklagede efter det oplyste ikke længere er i stand til at opfylde aftalen in natura, er klageren i stedet berettiget til en erstatning, som stiller hende økonomisk lige så godt, som hvis aftalen var blevet behørigt opfyldt. Da klageren må formodes at skulle have betalt 3.198 kr. (svarende til indklagedes normale pris) for to par tilsvarende støvler, som indklagedes personale havde tilbudt hende for 598 kr., fastsættes det tab, som klageren har krav på at få erstattet, herefter til 2.600 kr.« (2001-62/7-981)

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

6.9.1 Købsaftale indgået på forbrugers bopæl. Da oplysning om fortrydelsesret var givet ved aftalens indgåelse, og ikke ved overgivelsen af varen til forbrugeren, var aftalen ugyldig. Det havde ingen betydning, at varen var bortkommet under forsendelsen fra den sagkyndige. Sælgers vejledningspligt

En forbruger indgik ved en sælgers besøg i hjemmet en aftale om køb af et grydesæt til en pris af 11.900 kr. Købet blev finansieret af tredjemand sælgeren formidle kontakten til. Det fremgik af kontrakten, at forbrugeren havde fortrydelsesret, men forbrugeren modtog ikke ved levering af grydesættet oplysning om fortrydelsesretten.

Ved aftalens indgåelse var det blevet oplyst, at koge/stegeenheden fungerer ved brug af næsten inget vand og fedt. Forbrugeren var endvidere såvel i forbindelse med en forudgående demonstration som i markedsføringsmateriale blevet lovet, at man skulle bruge mindre tid i køkkenet. Efter forbrugers opfattelse levede gryderne ikke op til det lovede, fx brændte maden let på, og det var også tidskrævende at rengøre dem. Forbrugeren ville derfor hæve købet.

Forbrugerklagenævnets sagkyndige oplyste, at gryderne var særdeles velegnede til madlavning og at de, når de anvendtes korrekt, kunne koge, uden at der tilsættes vand (dampkogning) og stege uden fedt (tørstegning). Brug af gryderne forudsatte imidlertid ændret madlavningsteknik. Den sagkyndige mente, at sælgeren særligt burde have henledt forbrugers opmærksomhed på den anderledes madlavningsteknik, tiden indlæringen kræver og den ændrede smag i forhold til mere almindelige madlavningsprincipper. Forbrugerklagenævnet udtalte:

»Vedrørende aftaleindgåelsen:

Klageren underskrev under indklagede 1's besøg i klagerens hjem den 1. maj 1999 dels en købekontrakt med ejendomsforbehold vedrørende køb af et grydesæt til en kontantpris på 11.900 kr., dels en kreditansøgning med henblik på at få oprettet en »specialkonto« hos indklagede 2, idet klageren samtidig skrev under på, at kontoen måtte debiteres et beløb på 11.900 kr. »for modtaget varer/tjenester«.

Købekontrakten var fortrykt oplysninger om klagerens fortrydelsesret efter forbrugeraftalelovens kapitel 3 om fortrydelsesret ved aftaler indgået uden for fast forretningssted, herunder om, at fortrydelsesfristen regnedes fra den dag, hvor klageren fik varen i hænde.

Ved køb af varer indgået uden for fast forretningssted skal oplysning om fortrydelsesretten gives *ved overgivelsen af varen til forbrugeren*, jf. forbrugeraftalelovens § 7, stk. 1, 2. pkt. Baggrunden for denne regel, som kom ind i loven i 1987, var et ønske om at

sikre, at oplysningerne om fortrydelsesret bliver givet på det tidspunkt, hvor fortrydelsesfristen begynder at løbe, jf. Retsudvalgets betænkning af 10. december 1987 til lovforslag L 20. Det fremgår samtidig af forbrugeraftalelovens § 7, stk. 2, at aftalen ikke er bindende for forbrugeren, hvis oplysning om fortrydelsesret ikke er blevet givet i overensstemmelse med § 7, stk. 1.

Grydesættet blev leveret til klageren den 12. maj 1999, uden at indklagede på dette tidspunkt gav klageren oplysning om fortrydelsesretten. Det følger herefter af forbrugeraftalelovens § 7, stk. 2, jf. stk. 1, at købsaftalen ikke er bindende for klageren.

Klageren gjorde efter kort tid indklagede opmærksom på, at hun ønskede at komme ud af købet, og hun har derfor ikke ved passivitet eller på anden måde fortabt sin ret til at påberåbe sig aftalens ugyldighed.

Indklagede 1 tilbød ved købsaftalens indgåelse klageren, at hun kunne få købet finansieret af indklagede 2, med hvem indklagede 1 havde en aftale om formidling af lån. Der forelå dermed et køb på kredit omfattet af kreditaftalelovens § 5, nr. 2, med indklagede 1 som sælger og indklagede 2 som finansierende tredjemand. Klageren kan derfor også påberåbe sig kreditkøbets ugyldighed over for indklagede 2, og hun er dermed heller ikke bundet af de forpligtelser, som hun i forbindelse med kreditkøbet har påtaget sig over for indklagede 2.

Nævnet finder samtidig anledning til at bemærke, at klageren – såfremt kreditkøbet havde været gyldigt – alene kunne have været afkrævet kreditomkostninger i overensstemmelse med reglen i kreditaftalelovens § 23, stk. 1. Aftalen med klageren blev således indgået med henblik på finansiering af et bestemt kreditkøb, hvorfor klageren ved aftalens indgåelse havde krav på at få de oplysninger om kreditomkostninger og kreditvilkår, som er nævnt i kreditaftalelovens § 9, herunder oplysningen om kredit-omkostningerne angivet som ét samlet beløb, jf. § 9, stk. 1, nr. 3. Har forbrugeren ved indgåelsen af et kreditkøb ikke fået denne oplysning, kan forbrugeren efter kreditaftalelovens § 23, stk. 1, højst pålægges at betale kontantprisen og en årlig rente af den til enhver tid værende restgæld, som svarer til Nationalbankens diskonto med et tillæg på 5%.

Vedrørende mangler:

Havde aftalen været bindende for klageren, ville nævnet være kommet til, at klageren i så fald kunne have hævet købet på grund af væsentlige mangler ved det solgte. Nævnet har herved lagt vægt på bl.a. følgende omstændigheder:

Der er tale om et grydesæt til en særdeles høj pris, som kræver en særlig tilpasning og viden for at kunne anvendes efter sit formål. Det må derfor påhvile sælgeren inden køkets indgåelse at sørge for at give køberen en grundig orientering herom. Det må endvidere kræves, at grydesættet lever op til, hvad der er reklameret med i markedsføringsmaterialet.

På baggrund af klagerens oplysninger og den sagkyndiges redegørelse lægger nævnet til grund, at grydesættet ikke lever op til en

række af de oplysninger, som fremgår af markedsføringsmaterialet, ligesom nævnet ikke finder det godtgjort, at indklagede 1 inden købet har vejledt klageren tilstrækkeligt om grydesættets specielle egenskaber og vanskelighederne – ikke mindst tidsmæssigt – med hensyn til at lære at bruge grydesættet og bedømme behovet for mængden af udstyr.

Klageren kunne derfor under alle omstændigheder have påberåbt sig, at grydesættet var mangelfuldt i medfør af købelovens § 76, stk. 1, nr. 1-4, og at manglerne var så væsentlige, at de var hævebegrundende, jf. herved købelovens § 78, stk. 1.

Betydningen af, at grydesættet er bortkommet ved tilbagesendelsen fra den sagkyndige:

Da grydesættets bortkomst skyldes en hændelig begivenhed, som ikke kan bebrejdes klageren, er bortkomsten uden betydning for klagerens adgang til at påberåbe sig aftalens ugyldighed eller klagerens adgang til at hæve aftalen, jf. herved princippet i forbrugeraftalelovens § 8, stk. 2, og købelovens § 58.

Grydesættets bortkomst er forsikringsdækket via fragtførerens forsikringsselskab, og erstatningsbeløbet på 11.900 kr. skal udbetales enten til indklagede 1 eller til indklagede 2 afhængig af de indklagedes indbyrdes retsstilling. Det ligger imidlertid uden for nævnets kompetence at tage stilling til de indklagedes indbyrdes forhold. (1999-421/7-15)

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

6.11. Foto, ure, optik, smykker

6.11.1 Langsommelig afhjælpning af mangel på videokamera gav forbrugeren ret til at hæve købet, jf. § 78, stk. 3

En forbruger købte i april 2000 et videokamera for at kunne filme sin nyfødte datter. Den 9. august 2000 indleverede klageren kameraet til sælger, idet han havde opdaget en fejl ved kameraet. Forbrugeren klagede straks til sælgeren, der sendte kameraet til reparation på det tilknyttede værksted.

Ved indleveringen blev det oplyst, at der ville gå 2-3 uger, før kameraet var færdigt. Forbrugeren ønskede at låne et erstatningskamera i afhjælpningsperioden, hvilket blev afvist af sælgeren. Forbrugeren rykkede flere gange for videokameraet, men fik hver gang at vide, at reparationen trak ud, da værkstedet manglede reservedele. Forbrugeren hævdede herefter handlen. Den 27. september 2000 meddelte sælgeren, at kameraet var klar til afhentning.

Forbrugeren indbragte sagen for Forbrugerklagenævnet, der traf følgende afgørelse:

»Sælgerens afhjælpningspligt efter købelovens § 78, stk. 1, indebærer, at afhjælpning skal ske »inden rimelig tid«, jf. § 78, stk. 3. Længden af denne frist afhænger efter forarbejderne til bestemmelsen af omstændighederne i det enkelte tilfælde, idet der navnlig må ses på køberens behov for en mangelfri genstand og sælgerens mulighed for at sørge for afhjælpning, jf. betænkning nr. 845/1978 om forbruger køb, s. 79. Det anføres samme sted i betænkningen bl.a., at sælgeren vil kunne forlænge den frist, han har til at afhjælpe en mangel, hvis han stiller en genstand af samme eller beslægtet art som salgsgenstanden til køberens disposition, indtil reparationen er udført.

I den foreliggende sag tog reparationen 7 uger, uanset at indklagede ved indleveringen af videokameraet den 9. august 2000 havde oplyst, at reparationen kun ville vare 2-3 uger. Klagerens formål med at købe videokameraet var at filme sin nyfødte datter, hvilket nævnet lægger til grund, at klageren har oplyst til indklagede. Under hensyn hertil samt til, at klageren ikke fik stillet et erstatningsvideokamera til rådighed i reparationsperioden, finder nævnet, at indklagede har tilsidesat sin pligt til at sørge for, at afhjælpning skete inden rimelig tid. Klageren har herefter været berettiget til at hæve købet af videokameraet, jf. købelovens § 78, stk. 3.« (2000-4012/7-958)

6.12. Motorkøretøjer

6.12.1 Købelovens præceptive regler om forbrugerens mangelskrav udelukker ikke, at en køber – når han har reklameret – kan binde sig til en aftale med sælgeren om, at han ikke vil gøre beføjelser gældende i anledning af den eller de mangler, som reklamationen vedrører. En forbruger havde i denne situation indgået aftale med sælgeren om, at denne kun skulle udbedre en del af de mangler, som reklamationen omfattede. Da sælgeren misligholdt aftalen, var forbrugerens ikke længere afskåret fra at gøre krav gældende vedrørende samtlige mangler

Kort tid efter købet af en brugt bil lod forbrugerens den undersøge hos FDM. Han reklamerede herefter til sælgeren over bilens stand. Under reklamationsforhandlingerne indgik parterne aftale om, at sælgeren skulle reparere en del af de fejl, som FDM havde markeret i undersøgelsesrapporten. Det blev endvidere aftalt, at sælgeren skulle udskifte motoren, mod at forbrugerens betalte 3.500 kr. Sælgeren udskiftede motoren, men udførte kun en del af de aftalte reparationer. Forbrugerens afviste herefter at betale for udskiftningen

af motoren. Forbrugeren indbragte sagen for Forbrugerklagenævnet, der traf følgende afgørelse:

»Kort tid efter købet lod klageren bilen undersøge, jf. FDM's rapport af 24. marts 2000. Under henvisning til resultatet af denne undersøgelse reklamerede klageren herefter til indklagede. I forbindelse med reklamationsforhandlingerne indgik klageren aftale med indklagede om, at denne kun skulle reparere en del af de med 0 markerede fejl i FDM's brugtbiltest, jf. parternes aftale af 2. april 2000.

Købelovens præceptive regler om forbrugernes mangelskrav findes ikke at udelukke, at en køber – når han har reklameret – er bundet af en aftale med sælgeren om, at han ikke vil gøre beføjelser gældende i anledning af den eller de mangler, reklamationen vedrører.

Ved aftalen med indklagede må klageren anses for at have givet afkald på at gøre krav gældende for så vidt angår de øvrige fejl, som blev påvist ved FDM's undersøgelse. Klageren måtte samtidig gå ud fra, at de aftalte fejl straks blev udbedret tilfredsstillende af indklagede.

Efter det i sagen oplyste lægges det til grund, at indklagede ikke opfyldte den efterfølgende aftale, idet det under punkterne 302, 311 og 440 angivne ikke blev repareret, jf. oplysningerne i FDM's specialtest af 9. maj 2000.

Nævnet finder herefter, at indklagede har misligholdt aftalen på en sådan måde, at klageren kan gøre krav gældende vedrørende øvrige mangler ved bilen.

Nævnet lægger efter den sagkyndiges erklæring til grund, at bilen har en række sikkerhedsmæssige fejl samt en ikke forventelig tæring i udvendigt kølerør på motor. Det lægges endvidere til grund, at disse fejl, der ligeledes blev påvist ved FDM's undersøgelse, var til stede på leveringstidspunktet. Nævnet finder, at bilen derved har været i ringere stand, end den ifølge købeaftalen og de foreliggende omstændigheder skulle være, og at fejlene herefter må anses for mangler, jf. købelovens § 76, stk. 1, nr. 4.

Manglerne berettiger klageren til et forholdsmæssigt afslag i købesummen. Afslaget fastsættes under henvisning til den sagkyndiges vurdering af reparationsomkostningerne skønsmæssigt til 11.000 kr.

Efter det oplyste har klageren accepteret at betale 3.500 kr. for indklagedes udskiftning af motoren, men spærrede efterfølgende en check på beløbet. Nævnet finder ikke anledning til at tilsidesætte denne aftale, og betalingen på 3.500 kr. skal derfor modregnes i prisafslaget.« (521/7-1146)

6.13. Transport og flytning

6.13.1. Beskadigelse af kommode under flytning. **Påtegningen »Afsendt på Afs. regning og risiko« indebar alene, at afsenderen har påtaget sig at betale udgifterne ved transporten samt bære risikoen for hændelige skader. Den erhvervsdrivende var ikke berettiget til at kræve gebyr for forgæves udbringning af flyttegodset, da dette ikke var aftalt**

En forbruger havde indgået aftale med et fragtfirma om flytning af indbo. Da fragtfirmaet ville aflevere flyttegodset, var forbrugeren ikke hjemme. Det blev derfor først leveret den følgende dag, og fragtfirmaet krævede et gebyr for dette af forbrugeren. Forbrugeren mente ikke, at der var aftalt et leveringstidspunkt.

Forbrugeren opdagede efter leveringen, at hans kommode var helt ødelagt, og han krævede derfor erstatning af fragtfirmaet, hvilket de afviste.

Forbrugeren indbragte herefter sagen for Forbrugerklagenævnet, der traf følgende afgørelse:

»Ad klagerens erstatningskrav for en ødelagt kommode:

Fragtbrevet er med håndskrift påført følgende påtegning: »(ødelagt kommode)«. Nævnet lægger herefter i overensstemmelse med klagerens forklaring til grund, at kommoden er blevet ødelagt under flytningen, mens den var i indklagedes varetægt, hvor indklagede havde pligt til at drage omsorg for den, jf. herved Danske Lov 5-8-14.

Indklagedes omsorgspligt påvirkes ikke af, at fragtbrevet tillige er påført en påtegning om »Afsendt på Afs. regning og risiko«, da et sådant aftalevilkår alene indebærer, at afsenderen har påtaget sig at betale udgifterne ved transporten samt bære risikoen for *hændelige* skader.

Vilkåret »Afsendt på Afs. regning og risiko« synes at være del af en stemplet tekst, hvor fortsættelsen lyder: »Uemballeret/mangelfuld«. Det er uklart, hvad der menes hermed. Det er imidlertid ikke godtgjort, at kommoden var beskadiget allerede ved overgivelsen til indklagede, og selvom kommoden måtte være blevet overgivet til indklagede i uemballeret stand, ændrer dette ikke, at indklagede har haft pligt til at drage omsorg for, at kommoden blev transporteret på forsvarlig måde. Det må i den forbindelse endvidere påhvile indklagede at godtgøre, at kommoden er blevet transporteret på forsvarlig måde, og at dens ødelæggelse skyldes en hændelig begivenhed, som indklagede er uden ansvar for.

Denne bevisbyrde har indklagede ikke løftet, og nævnet lægger herefter til grund, at indklagede er erstatningsansvarlig over for klageren for den ødelagte kommode med et beløb, som nævnet finder

passende at kunne fastsætte til 800 kr. Nævnet har ved fastsættelse af erstatningens størrelse taget hensyn til det af klageren oplyste om kommodens alder og købspris.

Ad indklagedes krav på gebyr for forgæves forsøg på udbringning:

Det fremgår ikke af parternes aftale, at indklagede har betinget sig ret til et gebyr for forgæves udbringning. Indklagede har endvidere ikke godtgjort, at klageren var eller burde være bekendt med, at indklagede altid afleverer gods og varer i byområder inden kl. 12, med mindre der er indgået aftale om andet.

Indklagede findes herefter selv at måtte bære risikoen for, at klageren ikke var hjemme, da indklagede forsøgte at aflevere flyttegodset første gang, hvorfor indklagede ikke har været berettiget til at afkræve klageren et gebyr på 358,75 kr. for forgæves udbringning.«

På den baggrund fandt nævnet, at den erhvervsdrivende skulle betale forbrugeren i alt 1.238,75 kr. inkl. klagegebyr. (2000-512/7-423)

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

6.14.1. En arrangør havde solgt billetter til en træningskamp i basketball, og havde i den forbindelse særligt fremhævet, at Magic Johnson ville deltage. Magic Johnson blev imidlertid forhindret i at deltage, og forbrugeren, der ikke havde fået tilbud om at forlade stedet, fik medhold i, at han skulle have pengene retur

En forbruger havde købt 4 billetter a 150 kr. til en træningskamp i basketball, idet det i annoncer var oplyst, at Magic Johnson deltog i kampen. Magic Johnson blev imidlertid forhindret på grund af en skade. Da forbrugeren havde købt billetterne for at se Magic Johnson, krævede han pengene tilbage. Den erhvervsdrivende afviste dette, da kampen var blevet gennemført, efter at publikum havde fået meddelelse om, at Magic Johnson ikke deltog. Nævnet udtalte:

»Nævnet lægger til grund, at Magic Johnson som følge af en skade og dermed en hændelig begivenhed ikke som annonceret kunne deltage i træningskampen. Det lægges endvidere til grund, at tilskuerne blev underrettet om Magic Johnsons manglende deltagelse i kampen.

4 nævnsmedlemmer finder, at det må tillægges afgørende betydning, at der var tale om en træningskamp, og at der var annonceret med Magic Johnsons deltagelse, hvorfor netop hans person måtte antages at have været bestemmende for tilskuernes beslutning om køb af billetter til træningskampen. Efter indklagedes egne oplys-

ninger fik tilskuerne ikke valget mellem at forlade stedet og få billetterne refunderet eller at blive og overvære træningskampen uden Magic Johnsons deltagelse. Da klageren således ikke ved at blive kan anses at have accepteret overværelse af træningskampen uden Magic Johnsons deltagelse, finder disse nævnsmedlemmer, at klageren har krav på tilbagebetaling af billetternes pris og gebyret, i alt 675 kr., under påberåbelse af, at træningskampen var mangelfuld som følge af Magic Johnsons manglende deltagelse.

I nævnsmedlem finder ikke, at Magic Johnsons manglende deltagelse berettiger klageren til tilbagebetaling af købesummen for billetterne og gebyret. Dette nævnsmedlem har lagt vægt på, at der var tale om en uforudset hindring, at der var tale om en holdsport, samt at klageren blev på stedet, efter at det var meddelt, at Magic Johnson ikke deltog.

I overensstemmelse med flertallets afgørelse har klageren herefter et krav på tilbagebetaling af i alt 675 kr.« (2000-572/7-64)

6.14.2. Klager fik refunderet teaterbilletter, da forestilling måtte aflyses midt i forestillingen på grund af strømafbrydelse

En forbruger havde købt billetter til en teaterforestilling, som blev aflyst midt i forestillingen på grund af strømafbrydelse. Den erhvervsdrivende afviste forbrugerens krav om tilbagebetaling af vederlaget for billetterne under henvisning til, at forestillingen blev aflyst efter pausen, og at det på billetterne var anført: »Refunderes ikke i tilfælde af aflysning efter pausen«. Forbrugeren indbragte sagen for nævnet, der udtalte:

»Det fremgår af parternes oplysninger, at der umiddelbart efter afslutningen af 1. akt og dermed ved pausens begyndelse indtrådte en strømafbrydelse, og at strømafbrydelsen medførte, at resten af forestillingen måtte aflyses.

Selvom det lægges til grund, at indklagede i pausen undersøgte mulighederne for genetablering af strømforsyningen og da genetablering ikke var mulig, først efter pausen besluttede at aflyse forestillingen, finder nævnet, at risikoen for forestillingens gennemførelse i et tilfælde som det foreliggende, hvor årsagen til aflysningen var en uforudset begivenhed, der var indtrådt i umiddelbar tilknytning til pausens begyndelse, må påhvile indklagede.

Nævnet finder på den baggrund, at indklagede ikke kan påberåbe sig vilkåret om manglende refusion i tilfælde af aflysning efter pausen. Klageren har derfor krav på at få billetterne refunderet.« (2000-572/7-59)

6.15. Aviser, ugeblade, tidsskrifter, bøger

6.16. Øvrige sager

6.16.1. Salg af hundehvalp. Nævnet fandt på grundlag af oplysningerne om sælgerens virksomhed, at sælger måtte anses for erhvervsdrivende efter § 1 i lov om Forbrugerklagenævnet

En hundeopdrætter solgte en hvalp af racen Golden Retriever, som udviklede stærkt hængende underlæber, som medførte at hunden savlede meget. På anbefaling fra en dyrlæge lod køberen hunden operere, og afkrævede sælgeren erstatning for udgifter i forbindelse med operationen samt et afslag i prisen. Den erhvervsdrivende afviste kravet, ligesom hun ikke fandt, at Forbrugerklagenævnet var kompetent til at behandle sagen, da hun ikke var erhvervsdrivende. Hun begrundede dette med, at hun kun havde to avlsdyr – en tæve og en han – og at de kun fik et til to kuld hvalpe om året. Samtlige hunde var stuehunde. Sagen blev indbragt for Forbrugerklagenævnet, der udtalte:

»Efter § 1 i lov om Forbrugerklagenævnet kan klager fra forbrugere vedrørende varer, arbejds- og tjenesteydelser indbringes for Forbrugerklagenævnet. Det er ikke i lovteksten nævnt, hvem en klage kan rettes imod, men det fremgår af lovens forarbejder, at kun klager mod erhvervsdrivende kan indbringes for nævnet, jf. Folketingstidende 1973/74, 2, samling, tillæg A, sp. 2277. Udtrykket »erhvervsdrivende« må i den forbindelse forstås i den vide betydning, hvori det anvendes i anden nyere lovgivning på formuerettens område.

Om en indklaget kan anses for erhvervsdrivende beror herefter på en samlet vurdering af den pågældendes forhold. Det kræves herunder ikke, at han eller hun udelukkende er beskæftiget som erhvervsdrivende eller har et fast forretningssted. Det er heller ikke afgørende, om der tilsigtes opnået en gevinst ved virksomheden, men denne må dog have et vist omfang og være af en vis varighed.

At indklagede ikke er momsregistreret og efter det oplyste ikke skal have politiets tilladelse til at drive hundekennel, er momenter, som kan tale imod at anse indklagede for erhvervsdrivende, men er i sig selv ikke afgørende for vurderingen. Det bemærkes herved, at hundelovens § 7 om, at det er forbudt uden politiets tilladelse at drive erhvervsmæssig handel med opdræt af hunde, primært er begrundet i dyrebeskyttelseshensyn, og at afgrænsningen af erhvervsmæssig handel i forhold til denne bestemmelse derfor ikke kan være afgørende for, om en opdrætter må anses som erhvervsdrivende i forhold til forbrugerlovgivningen.

I den konkrete sag optræder indklagede under navnet »Hundekennel xx«, hun foretager markedsføring under dette navn på inter-

nettet, og kunderne får udleveret »Kennel xx's hvalpepeje« med bl.a. anprisning af hvalpens avlsgrundlag. Indklagede reklamerer i pjecen tillige med salg af hundefoder og hundepension. Under hensyn hertil samt til, at indklagede regelmæssigt har hvalpekuld, anser nævnet herefter indklagede for erhvervsdrivende i forbrugerklagenævnslovens forstand. Det følger heraf, at nævnet er kompetent til at behandle sagen.

Indklagede har anført, at hun ikke opfattede klagerens omtale af hundens savlen som en reklamation før den 22. maj 1999, hvilket tidspunkt ligger efter et-års-fristen i købelovens § 83. Da indklagede imidlertid erkender, at klageren har omtalt problemet med hundens savlen tidligere, lægger nævnet til grund, at klageren har reklameret rettidigt.

Efter oplysningerne i Det Veterinære Sundhedsråds udtalelse skyldes hvalpens hængende mundvige sandsynligvis en arvelig disposition. Nævnet lægger derfor til grund, at anlægget for at udvikle de hængende mundvige har været til stede, da hvalpen blev leveret.

Efter oplysningerne i de veterinære udtalelser i sagen bør avl med hunden undgås, ligesom det har været nødvendigt at operere hunden, og omkostningerne hertil har efter klagerens oplysninger, der ikke bestrides af indklagede, været betydelige. Hunden har derfor været af en ringere beskaffenhed, end klageren efter den indgåede aftale var berettiget til at forvente, og den lider derfor af en mangel, jf. købelovens § 76, stk. 1, nr. 4.

Nævnet finder herefter, at klageren i overensstemmelse med sin påstand har krav på et forholdsmæssigt afslag i købesummen, jf. købelovens § 78, stk. 1, på 3.000 kr., hvoraf de 1.000 kr. allerede er betalt.

Parterne er enige om, at der ikke på købstidspunktet var tegn på, at hunden ville udvikle hængende mundvige. Da der i sagens oplysninger i øvrigt heller ikke er belæg for, at indklagede skulle have kendt til denne mangel, finder nævnet ikke, at indklagede er erstatningsansvarlig efter købelovens § 80 for klagerens udgifter til behandling af de hængende mundvige.« (1999-590/7-124)

6.16.2. Magnetklippekort til motionscenter – begrænset gyldighed

En forbruger købte den 6. maj 1999 et 15-turs klippekort til et motionscenter. Den 2. november 1999 blev han opmærksom på, at kortet udløb den 5. november 1999. På det tidspunkt havde han kun brugt 2 klip. Forbrugeren henvendte sig til motionscenteret, for at få refunderet de resterende klip, eller alternativt at få udstedt et nyt kort med de 13 klip. Motionscenteret afviste klagerens krav, men tilbød, at de ville overføre 20% af de restende 13 klip til et nyt klippekort, hvis forbrugeren ville købe en sådant.

Forbrugeren indbragte herefter sagen for Forbrugerklagenævnet, der den 17. april 2001 traf følgende afgørelse:

»Klagerens klippekort er købt den 6. maj 1999 og er derfor ikke omfattet af lov nr. 414 af 31. maj 2000 om betalingsmidler, som trådte i kraft i den 1. juli 2000.

Det fremgår klart af kortets ordlyd, at det gælder fra den 6. maj 1999 til og med den 5. november 1999. Kortet er samtidig påtrykt en tekst, hvoraf det fremgår, at klippekort ikke kan stilles i bero.

Indklagedes ydelse har i hele perioden været stillet til klagerens disposition, og klageren har ikke anført forhold, som har forhindret klageren i at gøre brug af indklagedes ydelse inden for kortets gyldighedsperiode.«

Nævnet kunne derfor ikke give forbrugeren medhold i nogen af de fremsatte krav. (1999-541/7-11)

6.16.3. Restværdi på et elektronisk forudbetalt klippekort til et motionscenter kunne ikke kræves udbetalt efter betalingsmiddelovens § 9, stk. 2, da betalingsmidlets gyldighedsperiode udløb inden lovens ikrafttrædelse

En forbruger havde købt et klippekort på 20 klip til et motionscenter. Ved gyldighedsperiodens udløb havde hun kun brugt 1 klip. Under henvisning til at hun efter § 9, stk. 2 i lov om visse betalingsmidler inden for et år efter kortets udløb havde krav på at få udbetalt restværdien af klippekortet, krævede hun værdien af de resterende 19 klip udbetalt. Da den erhvervsdrivende nægtede dette, blev sagen indbragt for Forbrugerklagenævnet, som udtalte:

»Klagerens klippekort er købt den 7. december 1999, og det fremgår af kortets ordlyd, at det gælder fra købsdatoen til og med den 6. juni 2000. Det fremgår endvidere, at kortet ikke kan stilles i bero, og at der ikke gives compensation for sygdom, ferie m.m.

Lov nr. 414 af 31. maj 2000 om visse betalingsmidler trådte i kraft den 1. juli 2000. Efter lovens § 9, stk. 2, kan brugeren for forudbetalte betalingsmidler opsige aftalen efter gyldighedsperiodens udløb og, såfremt krav fremsættes inden 1 år efter udløb, få udbetalt en eventuel restværdi.

I lovteksten er der ikke fastsat overgangsregler vedrørende forudbetalte betalingsmidler udstedt før lovens ikrafttræden.

I forarbejderne til lovens ikrafttrædelsesbestemmelse er imidlertid bl.a. anført følgende, jf. Folketinget 1999-2000, lovforslag nr. L 63, side 30 til §§ 22-23:

».....

I forhold til forudbetalte betalingsmidler vil bestemmelsen i § 9, stk. 2, om refusionsret betyde, at allerede udstedte forudbetalte betalingsmidler kan forlanges indfriet ved en gyldighedsperiodes udløb. Dette findes imidlertid ikke at give

anledning til væsentlige problemer, som kræver en særlig overgangsperiode.

.....«

Det følger af disse bemærkninger, at et klippekort udstedt før lovens ikrafttræden er omfattet af loven og dermed refusionsbestemmelsen i lovens § 9, stk. 2, hvis klippekortet var gyldigt, da loven trådte i kraft. Nævnet finder imidlertid ikke tilstrækkeligt grundlag for tillige at anse forudbetalte betalingsmidler, hvis gyldighedsperiode var udløbet før lovens ikrafttræden, for omfattet af overgangsordningen, uanset om kravet om refusion af ubrugte restværdier er fremsat efter lovens ikrafttræden inden for 1 års-fristen i lovens § 9, stk. 2.

Da klagerens klippekorts gyldighedsperiode udløb den 6. juni 2000 og således var udløbet, da loven trådte i kraft den 1. juli 2000, og da i øvrigt indklagedes ydelse i hele gyldighedsperioden har været stillet til klagerens disposition, og klageren ikke har anført forhold, som har forhindret hende i at gøre brug af indklagedes ydelse inden for kortets gyldighedsperiode, finder nævnet ikke at kunne give klageren medhold i det fremsatte krav.« (2000-541/7-27)

6.16.4. Bestilling af festfyrværkeri. Aftalevilkår fortolket til gunst for forbrugeren

En forbruger bestilte et festfyrværkeri, der skulle affyres på hans bryllupsdag. Prisen for fyrværkeriet var 11.050 kr. Fyrværkeriet blev ikke filmet af forbrugeren eller hans gæster, da forbrugeren gik ud fra, at det blev filmet af den erhvervsdrivende, idet det af bestillingsbrochuren fremgik, at den erhvervsdrivende ville filme fyrværkeriet i den udstrækning, det er muligt.

Forbrugeren indbragte herefter sagen for Forbrugerklagenævnet, der den 7. juni 2001 traf følgende afgørelse:

»Af indklagedes brochure fremgår, at »Som en ekstra service tilbyder NN Fyrværkeri, at videofilme Deres festfyrværkeri i den udstrækning, det er muligt.«

Der er mellem parterne tvivl om forståelsen af aftalen. Indklagede fastholder, at klageren på intet tidspunkt har tilkendegivet et ønske om at få fyrværkeriet filmet. Klageren fastholder, at han forudsatte, at filmning af fyrværkeriet var en del af aftalen, idet det af indklagedes materiale tydeligt fremgår, at indklagede tilbyder gratis videofilmning.

Vilkåret om videofilmning af fyrværkeriet har ikke været genstand for individuel forhandling, hvorfor det pågældende vilkår skal fortolkes på den måde, der er mest gunstig for forbrugeren, jf. aftalelovens § 38b.

Nævnet bemærker, at indklagede ikke har gjort klager opmærksom på, at det ikke ville være muligt at filme det pågældende fyr-

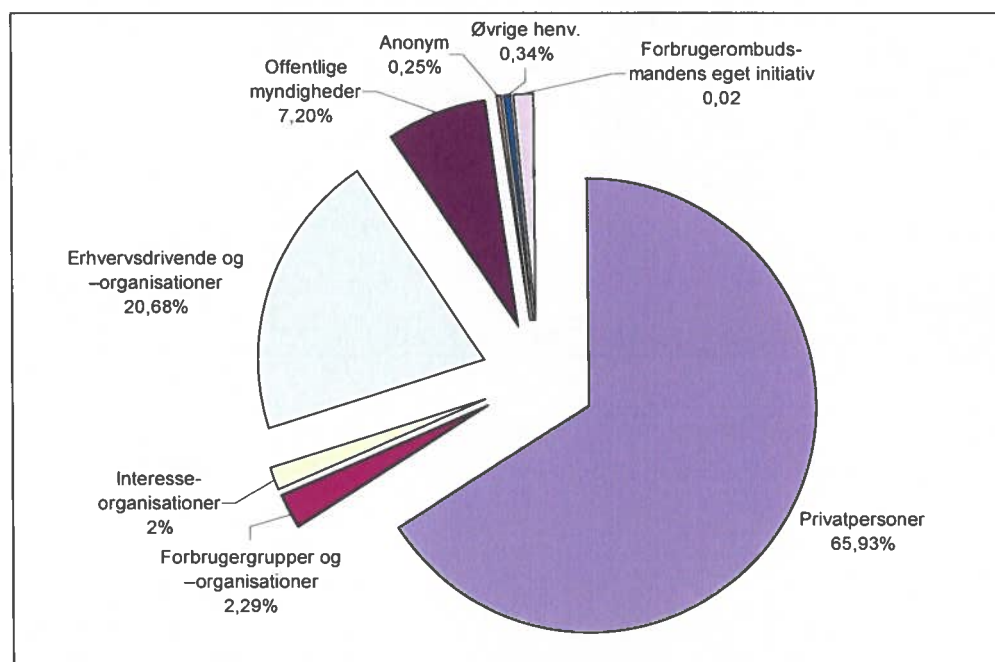
værkeri, da kameraet ikke var i landet på det tidspunkt. Var klager blevet gjort bekendt med dette, havde han haft mulighed for enten at bestille fyrværkeriet andetsteds eller selv at sørge for, at det blev filmet.

Af ovennævnte årsag finder nævnet, at klageren er berettiget til et nedslag i prisen, der skønsmæssigt fastsættes til 2.500 kr.«
(2000-989/7-145)

7. Statistikker

Statistik vedrørende Forbrugerombudsmandens sager

Forbrugerombudsmandens oprettede sager i 2001



Forbrugerombudsmandens afsluttede sager i 2001

	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Markedsføringssager	1.004	1.099	1.280	1.211	1.051	1.155
Afviste sager	529	423	413	387	376	329
Betalingskort	111	214	326	122	107	72
I alt	1.644	1.736	2.019	1.720	1.499	1.556
Heraf kviksagsbehandlede	631	799	675	648	458	861
i % af samlet antal afsluttede	38	46	33	38	31	55

Forbrugerombudsmandens afsluttede markedsføringssager

Markedsføringssager	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Afsluttet efter forhandling						
a. God markedsføringsskik, vildledning mv.	604	705	855	849	643	722
b. Specialforbud	102	70	67	78	103	179
c. Andet	92	154	130	139	122	100
d. Oversendt til anden myndighed	195	154	222	140	181	154
Domsbehandling af straffesager						
a. Domfældelse inkl. Bødevedtagelse	4	10	1	3	1	1
b. Frifindelse	2	1	1	0	0	1
c. Andet, herunder tilbagekaldt / opgivet, advarsel	5	2	1	0	0	1
Domstolsbehandling af civile sager	-	3	3	2	1	2
I alt	1.004	1.099	1.280	1.211	1.051	1.155

Statistik vedrørende Forbrugerklagenævnets sager

Oprettede Forbrugerklagenævns sager

Oprettede sager	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Husholdningsapparater og -maskiner samt isenkram	132	162	180	224	193	195
Radio/TV mv.	253	230	205	305	375	291
Tekstilbeklædning	392	386	421	377	425	350
Skind- og pelsvarer	137	115	88	70	77	106
Fodtøj	98	112	196	186	296	286
Møbler	321	324	314	333	335	299
Boligtekstiler	183	141	153	121	126	112
Diverse boligartikler	23	22	22	19	11	14
Cykler, knallerter, cykelanhænger mv.	86	67	63	47	66	53
Sports- og sportsudstyr	24	23	20	25	68	45
Fritid og hobby	21	16	4	10	9	12
Spil og legetøj	4	4	6	8	11	12
Camping mv.	7	6	4	6	3	2
Foto	38	44	40	45	35	37
Guld og sølv	66	67	80	86	73	72
Briller mv.	54	43	45	40	48	40
Flytning og transport	119	137	114	157	165	147
Restaurationsbesøg	14	24	16	13	22	17
El, gas, vand, varme mv.	165	163	148	172	247	184
Telefon mv.	141	192	524	1642	1135	1083
Motorkøretøjer	233	287	281	284	263	203
Hårkure, skønhedspleje mv.	36	43	44	70	84	67
Aviser, tidsskrifter, bøger	13	16	17	33	42	22
Musikinstrumenter, plader mv.	37	21	35	51	55	21
Sikkerhedsudstyr- og tjenester	15	4	8	10	15	13
Regnskab og revision	0	2	7	2	7	3
Slægtsforskning	1	1	0	1	0	2
Kontaktbureauer	2	7	5	2	7	12
Bedemandsvirksomhed	1	2	3	4	13	5
Fast ejendom	-	46	20	12	18	-
Øvrige serviceydelser	26	20	15	29	20	15
PC'er og andet kontorudstyr	291	266	284	345	368	363
Barne- og klapvogne	62	45	41	59	53	46
Husdyr	29	34	29	37	35	39
Fuld valuta	-	119	7	7	1	0
Andet	74	65	39	53	42	78
Oversendt til private, godkendte ankenævn og lign.	34	44	28	27	18	1
I alt	3132	3300	3506	4912	4761	4456

Forbrugerklagenævnets afsluttede sager

Sager afgjort af nævnet	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Klager fik medhold	534	431	596	884	617	764
Klager fik delvist medhold	86	73	88	129	124	89
Klager fik ikke medhold	158	117	152	254	209	197
Forlig	0	0	2	2	0	1
Nævnet i alt	778	621	838	1269	950	1051
Sager afsluttet af sekretariatet	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Forlig	473	459	742	1666	1144	781
Afvist, uden for FKN's virksomhedsområde	475	627	452	430	597	608
Afvist, uegnet til behandling	391	300	328	250	210	430
Afvist, ingen mulighed for medhold	256	333	460	560	513	526
Henvisning til godkendt ankenævn	24	24	50	87	72	67
Klagen tilbagekaldt	169	188	165	217	192	184
Klagers passivitet	201	287	346	360	388	388
Øvrige, der ikke kan placeres ovenfor	56	59	77	120	109	89
Sekretariatet i alt	2045	2277	2629	3690	3176	3073
FKN i alt	2823	2898	3467	4959	4176	4124

Fordeling af afsluttede sager på nævn og sekretariat i %	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Nævnsafgjort	28	22	24	26	23	26
Sekretariatsafgjort	72	78	76	74	77	74

Efterlevelse af Forbrugerklagenævnets afgørelser

	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Sager afsluttet i klagenævnet, hvor klager har fået helt eller delvist medhold	620	504	684	1013	750	853
heraf er efterlevelse registreret på:	624	517	630	832	594	656
af disse er:						
Nævnsafgørelse efterlevet (antal)	516	448	530	678	506	498
Nævnsafgørelse efterlevet (%)	83	87	84	81	85	76
Ikke efterlevet, da klager ikke ønsker at føre retssag (antal)	32	32	53	89	71	120
Sager indbragt for retten (antal)	72	37	46	65	5	21
Øvrige (antal)	4	5	11	5	6	17

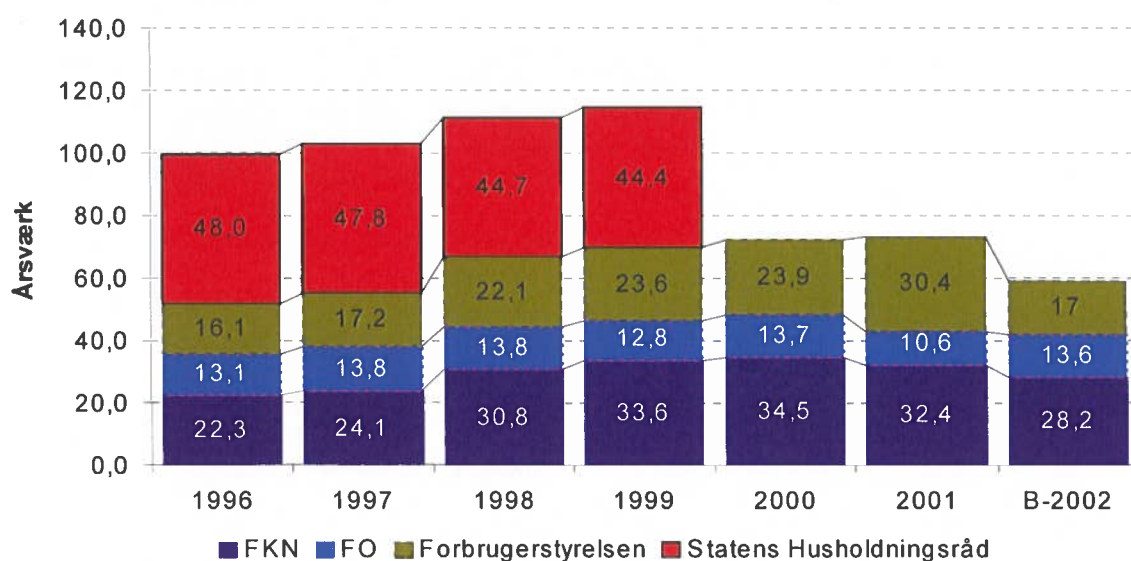
Det er imidlertid langt fra på alle sager, at det præcist vides om en afgørelse er efterlevet, idet denne registrering afhænger af klagers meddelelse til styrelsen. Når klager får medhold, informeres klager i forbindelse med fremsendelse af nævnets afgørelse om, at såfremt nævnet ikke hører yderligere fra klager inden for en måned, går nævnet ud fra, at indklagede har fulgt nævnets afgørelse. Registreringsmetoden er således baseret på passiv accept.

Sager indbragt for retten og resultatet heraf

	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Sager indbragt for retten ¹⁾	72	37	46	65	5	21
Afsluttede retssager med registreret dom	70	37	47	65	17	32
heraf dom som FKN's afgørelse	64	29	44	59	11	30

¹⁾ Evt. forskelle i antallet af indbragte sager og antallet af registrerede domme skyldes kombinationen af retternes sagsbehandlingstider og domsregistreringen. Fx kan en sag være indbragt for retten ultimo 2000 med domsafsigelse ultimo 2001 og med domsregistrering primo 2002. Tallene opdateres løbende.

Forbrugerstyrelsens årsværk



Bilag vedr. Forbrugerombudsmanden, Forbrugerklagenævnet og Forbrugerstyrelsen

A.	Bekendtgørelse af lov om markedsføring.....	185
B.	Oversigt over bekendtgørelser mv., der er udstedt med hjemmel i markedsføringsloven.....	193
C.	Fortegnelse over Forbrugerombudsmandens gældende retningslinier, vejledninger m.m.	195
D.	Sammenskrivning af lov om visse betalingsmidler	201
E.	Oversigt over bekendtgørelser, der er udstedt med hjemmel i betalingsmiddeloven	209
F.	Bekendtgørelse af lov om Forbrugerklagenævnet	211
G.	Sammenskrivning af bekendtgørelse om Forbrugerklagenævnets virksomhedsområde	213
H.	Oversigt over øvrige bekendtgørelser, der er udstedt med hjemmel i forbrugerklagenævnsloven og andre regler med relation til Forbrugerklagenævnet	215
I.	Bekendtgørelse af lov om mærkning og skiltning med pris mv.....	217
J.	Oversigt over bekendtgørelser mv., der er udstedt med hjemmel i prismærknings- og konkurrenceloven ...	221
K.	Lov om produktsikkerhed.....	225
L.	Oversigt over bekendtgørelser mv., der er udstedt med hjemmel i produktsikkerhedsloven	231
M.	Sammenskrivning af lov om en rejsegarantifond	233
N.	Lov om forbud til beskyttelse af forbrugernes interesser.....	239
O.	Lov om forbud mod tobaksreklamer mv.....	241

Bekendtgørelse af lov om markedsføring

Herved bekendtgøres lov om markedsføring, jf. lovbekendtgørelse nr. 545 af 1. juli 1999 med de ændringer, der følger af § 1 i lov nr. 164 af 15. marts 2000 og § 2 i lov nr. 442 af 31. maj 2000.

God markedsføringsskik

§ 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.

Vildledning, nedsættende omtale m.v.

§ 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. Rigtigheden af angivelser om faktiske forhold skal kunne dokumenteres.

Sammenlignende reklame¹⁾

§ 2 a. Sammenlignende reklame omfatter enhver reklame, som direkte eller indirekte henviser til en konkurrent eller til varer eller tjenesteydelser, som udbydes af en konkurrent.

Stk. 2. Sammenlignende reklame, jf. stk. 1, er tilladt efter denne lov, når sammenligningen

- 1) ikke er vildledende, angår varer eller tjenesteydelser, der opfylder samme behov eller tjener samme formål,
- 2) angår varer eller tjenesteydelser, der opfylder samme behov eller tjener samme formål,
- 3) er objektiv og sammenligner en eller flere konkrete og relevante egenskaber, der kan dokumenteres, og som er repræsentative for disse varer eller tjenesteydelser, herunder prisen,
- 4) ikke skaber forveksling på markedet mellem annoncøren og en konkurrent eller mellem annoncørens og en konkurrents varemærker, firmanavne, andre karakteristiske kendetegn, varer eller tjenesteydelser,
- 5) ikke miskrediterer eller nedvurderer en konkurrents varemærker, firmanavne, andre karakteristiske kendetegn, varer, tjenesteydelser, aktiviteter eller øvrige forhold,
- 6) for produkter med oprindelsesbetegnelse i hvert enkelt tilfælde vedrører produkter med samme betegnelse,
- 7) ikke drager utilbørlig fordel af den anseelse, der er knyttet til en konkurrents varemærke, firmanavn eller andre karakteristiske kendetegn, eller af konkurrerende produkters oprindelsesbetegnelser og
- 8) ikke fremstiller en vare eller tjenesteydelse som en imitation eller en kopi af en vare eller tjenesteydelse, der er dækket af et beskyttet varemærke eller firmanavn.

Stk. 3. I enhver sammenlignende reklame, som indeholder særtilbud, skal det klart fremgå, hvornår tilbudet ophører eller efter omstændighederne, at tilbudet kun gælder,

så længe de pågældende varer og tjenesteydelser er til rådighed. Gælder særtilbudet endnu ikke, skal det tillige oplyses, hvornår perioden for den særlige pris eller for andre særlige betingelser begynder.

Vejledning

§ 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.

Garanti

§ 4. Over for forbrugere må erklæring om ydelse af garanti eller lignende kun anvendes, såfremt erklæringen giver modtageren en væsentlig bedre retsstilling end den, modtageren har efter lovgivningen.

Stk. 2. Ydes der garanti, skal den erhvervsdrivende på klar og tydelig måde informere forbrugeren om dens indhold og give de oplysninger, der er nødvendige for at gøre garantien gældende. Endvidere skal den erhvervsdrivende på en klar og tydelig måde oplyse, at forbrugers ufravigelige rettigheder efter lovgivningen ikke berøres af garantien. Efter anmodning skal den erhvervsdrivende udlevere garantien skriftligt. Skriftlige garantier skal være affattet på dansk.²⁾

Forretningskendetegn

§ 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.

Tilgift

§ 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.

Stk. 3. Uanset bestemmelsen i stk. 1 kan erhvervsdrivende med tilladelse efter luftfartslovens § 75, stk. 1 og 2, ved salg af flyrejser og dertil hørende ydelser yde tilgift, når dette sker som led i et flybonusprogram som nævnt i stk. 5. Andre erhvervsdrivende kan yde tilgift i form af rejser, hotelophold og biludleje, såfremt dette sker som led i et flybonusprogram.

Stk. 4. En tilladelsesindehaver og andre erhvervsdrivende kan dog som led i et flybonusprogram yde tilgift uden de i stk. 3 nævnte begrænsninger, når en anden tilladelsesindehaver, der konkurrerer med tilladelsesindehaveren, yder en sådan tilgift i sit flybonusprogram. Såfremt der ydes tilgift i henhold til 1. pkt., skal dette anmeldes til Forbrugerombudsmanden.

Stk. 5. Flybonusprogrammet skal udbydes internationalt og skal være etableret af en tilladelsesindehaver som led i dennes sædvanlige virksomhed. Programmets væsentligste element her i landet skal være ydelse af tilgift ved salg af flyrejser. Såfremt tilladelsesindehaveren samarbejder med andre erhvervsdrivende, skal programmet derudover omfatte ydelse af tilgift ved salg af hotelophold og biludleje.

Stk. 6. Bestemmelserne i stk. 3-5 om tilladelsesindehavere gælder også for erhvervsdrivende med licens udstedt af et EU-land efter Rådets forordning (EØF) nr. 2407/92 af 23. juli 1992 om udstedelse af licenser til luftfartsselskaber eller af et land, der efter aftale med Fællesskabet har tilsluttet sig denne forordning.

Stk. 7. Erhvervsministeren kan tillade, at andre virksomheder, der er i en tilsvarende international konkurrence, yder tilgift i nær-

mere bestemt omfang. Tilladelsen kan betinges og begrænses tidsmæssigt.

Uanmodet henvendelse til bestemte aftagere¹⁾

§ 6 a. En erhvervsdrivende må ikke rette henvendelse til nogen ved brug af elektronisk post, et automatisk opkaldssystem eller telefax med henblik på afsætning af varer, fast ejendom og andre formuegoder samt arbejds- og tjenesteydelser, medmindre den pågældende forudgående har anmodet om det.

Stk. 2. En erhvervsdrivende må ikke rette henvendelse til en bestemt fysisk person ved brug af andre midler til fjernkommunikation med henblik på afsætning som nævnt i stk. 1, hvis den pågældende over for den erhvervsdrivende har frabedt sig dette, hvis det fremgår af en fortegnelse, som udarbejdes af Det Centrale Personregister (CPR) hvert kvartal, at den pågældende har frabedt sig henvendelser, der sker i sådant markedsføringsøjemed, eller hvis den erhvervsdrivende ved undersøgelse i CPR er blevet bekendt med, at den pågældende har frabedt sig sådanne henvendelser. Ved telefonisk henvendelse til forbrugere gælder endvidere reglerne om uanmodet henvendelse i lov om visse forbrugerftaler.

Stk. 3. Stk. 2 gælder ikke, hvis den pågældende person forudgående har anmodet om henvendelsen fra den erhvervsdrivende.

Stk. 4. Første gang en erhvervsdrivende retter henvendelse som nævnt i stk. 2 til en bestemt fysisk person, der ikke er anført i fortegnelsen fra CPR, skal den erhvervsdrivende tydeligt og på en forståelig måde oplyse om retten til at frabede sig henvendelser som nævnt i stk. 2 fra den erhvervsdrivende. Den pågældende skal samtidig gives adgang til på en nem måde at frabede sig sådanne henvendelser.

Stk. 5. Der må ikke kræves betaling for at modtage eller notere meddelelser om, at en anmodning efter stk. 1 tilbagekaldes, eller at henvendelser som nævnt i stk. 2 frabedes.

Stk. 6. Erhvervsministeren kan fastsætte nærmere regler om den erhvervsdrivendes

informationspligt efter stk. 4 og om pligten til at give adgang til at frabede sig henvendelser som nævnt i stk. 2.

Mængdebegrænsning

§ 7. En detailvirksomhed må ikke fastsætte noget loft for, hvor stort et antal enheder den enkelte kunde må købe af en vare. Der må endvidere ikke nægtes salg til bestemte aftagere.

Stk. 2. De i stk. 1 fastsatte regler gælder ikke egentlige udsalgsvarer.

Rabatmærker

§ 8. Der må ikke gives rabat eller anden ydelse ved brug af mærker, kuponer eller lignende, der er stillet til rådighed af erhvervsdrivende forud for køb af en vare eller ved udførelse af en arbejds- eller tjenesteydelse.

Stk. 2. Erhvervsdrivende må dog ved salg af en vare eller ved udførelse af en arbejds- og tjenesteydelse give rabat eller anden ydelse i form af mærker, kuponer eller lignende til senere indløsning, såfremt hvert enkelt mærke på tydelig måde er forsynet med udstederens navn eller firma med angivelse af en værdi i dansk mønt. Rabatmærkeudstederen skal indløse mærket her i landet til den pålydende værdi, når mærker til et beløb, hvis størrelse fastsættes af erhvervsministeren, kræves indløst.

Stk. 3. Stk. 1 og 2 finder ikke anvendelse i forbindelse med de i § 6, stk. 3-6, nævnte flybonusprogrammer eller i forbindelse med de i § 6, stk. 7, nævnte tilladelser.

Lodtrækning og præmiekonkurrencer

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

Stk. 2. Bestemmelsen i stk. 1 gælder ikke, dersom den enkelte gevinsts størrelse og den samlede gevinstværdi ligger inden for beløbsgrænser, som fastsættes af erhvervsministeren. Beløbsgrænserne kan fastsættes efter produkttype og modtagerkreds.

Stk. 3. Udgiften af et periodisk skrift kan foranstalte lodtrækning til fordeling af gevinster i forbindelse med løsning af præmiekonkurrencer.

Erhvervshemmeligheder og tekniske tegninger

§ 10. 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. Har den pågældende fået kendskab til – eller fået rådighed over – virksomhedens erhvervshemmeligheder på retmæssig måde, må den pågældende ikke ubeføjet viderebringe eller benytte sådanne hemmeligheder. Forbudet vedvarer i 3 år efter tjensteforholdets, samarbejdsforholdets eller hvervets ophør.

Stk. 3. Den, der i anledning af udførelsen af arbejde eller i øvrigt i erhvervsøjemed 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.

Mærkning og emballering

§ 11. Erhvervsministeren 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 dens frembringelses- eller oprindelses-

sted. Erhvervsministeren kan nærmere fastsætte, på hvilken måde de pågældende angivelser skal anbringes, samt hvad der i hvert tilfælde skal forstås ved varens frembringelses- eller oprindelsessted.

Stk. 2. Erhvervsministeren 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.

§ 12. Erhvervsministeren 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. Erhvervsministeren kan på tilsvarende måde forbyde, at sådanne genstande forsætligt tilintetgøres eller beskadiges.

Forbud, påbud og erstatning

§ 13. Handler i strid med loven kan forbydes ved dom. I forbindelse hermed eller senere kan der ved dom gives sådanne påbud, som må anses nødvendige for at sikre

- 1) forbudets overholdelse, herunder ved bestemmelse om, at aftaler, som indgås i strid med et forbud, er ugyldige,
- 2) genoprettelse af den forud for den ulovlige handling eksisterende tilstand, herunder om tilintetgørelse eller tilbagekaldelse af produkter og om udsendelse af oplysninger eller berigtigelse af angivelser.

Stk. 2. Handlinger i strid med loven pådrager erstatningsansvar i overensstemmelse med dansk rets almindelige regler.

Sø- og Handelsretten

§ 14. Borgerlige sager, hvor anvendelsen af denne lov er af væsentlig betydning for sagens udfald, 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, medmindre nærmere kendskab til markedsføringsforhold skønnes at være af uvæsentlig betydning for sagens afgørelse.

Forbrugerombudsmanden

§ 15. Forbrugerombudsmanden fører tilsyn med, at loven overholdes, navnlig ud fra hensynet til forbrugerne.

Stk. 2. Forbrugerombudsmanden kan kræve meddelt alle oplysninger, som skønnes nødvendige for dennes virksomhed, herunder til afgørelse af, om et forhold falder ind under lovens bestemmelser. Oplysningerne kan kræves meddelt inden for en kort frist, når det gælder sammenlignende reklame, eller når det efter omstændighederne skønnes påkrævet.⁴⁾

Stk. 3. Forbrugerombudsmanden udnævnes af erhvervsministeren for et tidsrum af 6 år og kan kun afskediges uden ansøgning, såfremt afskeden er begrundet i helbreds-mæssige årsager, eller såfremt den pågældende som følge af strafbart forhold, tjenesteforfeelse eller mislighed er uskikket til at forblive i stillingen. Ansættelsen ophører automatisk ved udgangen af den måned, hvori den pågældende fylder 70 år. Forlængelse eller genansættelse kan ikke finde sted. Forbrugerombudsmanden skal opfylde de almindelige betingelser for at blive dommer.⁵⁾

Stk. 4. Forbrugerombudsmandens afgørelser efter denne lov kan ikke indbringes for anden administrativ myndighed.

Stk. 5. Erhvervsministeren fastsætter nærmere regler om Forbrugerombudsmandens virksomhed.

Forhandlingsprincippet

§ 16. Forbrugerombudsmanden skal ved forhandling søge at påvirke de erhvervsdrivende til at handle i overensstemmelse med principperne for god markedsføringsskik og til at overholde loven i øvrigt.

Stk. 2. Tilsidesætter en erhvervsdrivende et tilsagn, der er afgivet over for Forbrugerombudsmanden efter forhandling i henhold til stk. 1, kan Forbrugerombudsmanden meddele den erhvervsdrivende sådanne påbud, som må anses nødvendige for at sikre tilsagnets overholdelse.

Retningslinjer

§ 17. Forbrugerombudsmanden søger efter forhandling med de relevante erhvervs- og forbrugerorganisationer at påvirke de erhvervsdrivendes adfærd gennem udarbejdelse og offentliggørelse af retningslinjer for markedsføring på nærmere angivne områder, der må anses for væsentlige, navnlig ud fra hensynet til forbrugerne.

Stk. 2. Retningslinjer efter stk. 1, der er tiltrådt af relevante erhvervs- og forbrugerorganisationer, kan efter aftale med disse danne grundlag for påbud meddelt af Forbrugerombudsmanden, jf. § 19, stk. 2, 2. pkt. Et sådant påbud kan kun meddeles erhvervsdrivende, der er medlem af en organisation, der har indgået aftale efter 1. pkt.

Stk. 3. En organisation kan opsig en aftale efter stk. 2 med et aftalt varsel.

Stk. 4. Forbrugerombudsmanden bekendtgør ikrafttræden og opsigelse af en aftale efter stk. 2. Ved opsigelse efter stk. 3 bekendtgør Forbrugerombudsmanden, fra hvilken dato retningslinjerne ikke længere er omfattet af stk. 2, og om retningslinjerne bibeholdes efter stk. 1 eller bortfalder.⁶⁾

Forhåndsbesked

§ 18. Forbrugerombudsmanden afgiver på begæring udtalelse om sit syn på lovligheden af påtænkte markedsføringsforanstaltninger, medmindre en stillingtagen giver anledning til særlig tvivl eller der i øvrigt foreligger særlige omstændigheder. En forhåndsbesked indebærer ikke en egentlig stillingtagen til lovligheden af vedkommende foranstaltning.

Stk. 2. Når Forbrugerombudsmanden har afgivet en forhåndsbesked til en erhvervsdrivende om, at en påtænkt foranstaltning efter Forbrugerombudsmandens opfattelse vil være lovlig, kan Forbrugerombudsmanden ikke på eget initiativ over for den erhvervsdrivende gribe ind i anledning af en foranstaltning, som er dækket af forhåndsbeskeden og iværksat inden rimelig tid efter dennes afgivelse.

Stk. 3. Erhvervsministeren kan fastsætte nærmere regler om gebyr for forhåndsbesked.

Retsfølgning m.v.

§ 19. Enhver med en retlig interesse deri kan anlægge sag om forbud, påbud og erstatning efter § 13. Forbrugerombudsmanden kan anlægge sag om forbud og påbud efter § 13, stk. 1.

Stk. 2. Forbrugerombudsmanden kan meddele påbud, hvis en handling klart er i strid med loven og ikke kan ændres ved forhandling. For overtrædelse af retningslinjer, jf. § 17, stk. 2 og 4, kan påbud meddeles uden forudgående forhandling.

Stk. 3. Et påbud kan af den, påbudet retter sig mod, forlanges indbragt for domstolene. Anmodning herom skal fremsættes skriftligt over for Forbrugerombudsmanden inden 4 uger efter, at påbudet er meddelt den pågældende. Forbrugerombudsmanden skal inden 1 uge efter modtagelse af anmodningen indbringe sagen for retten i den borgerlige retsplejes former.

Stk. 4. Anmodning efter stk. 3 har ikke opsættende virkning, men retten kan ved kendelse bestemme, at den pågældende under sagens behandling kan fortsætte den handling, påbudet angår.

Stk. 5. Ankes en dom, hvorved et påbud ikke findes lovligt, kan den ret, der har afsagt dommen, eller den ret, hvortil sagen er indbragt, bestemme, at den pågældende ikke under ankesagen må udøve den handling, påbudet angår.⁷⁾

Stk. 6. Rejses tiltale for overtrædelse af loven, overlades udførelsen af tiltalen til Forbrugerombudsmanden, såfremt denne begærer dette.

Erstatningssøgsmål

§ 20. Dersom en flerhed af forbrugere i forbindelse med overtrædelse af bestemmelserne i denne lov har ensartede krav på erstatning, kan Forbrugerombudsmanden på begæring indtale kravene under ét.

Foreløbigt forbud

§ 21. Forbrugerombudsmanden kan, når der er øjensynlig fare for, at formålet med et forbud som nævnt i § 13, 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 §§ 642, nr. 2, 643, 645, stk. 1-3, og 651 finder tilsvarende anvendelse, og reglerne i §§ 636, 638 og 648, stk. 2, finder anvendelse med de fornødne lempelser.⁸⁾

Stk. 2. Såfremt sag til stadfæstelse af et forbud efter stk. 1 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.

Straf og påtale

§ 22. Tilsidesættelse af et af retten nedlagt forbud eller påbud eller et af Forbrugerombudsmanden i henhold til § 16, stk. 2,

eller § 19, stk. 2, meddelt påbud straffes med bøde eller hæfte. Tilsidesættelse af et påbud om at tilbagebetale en modtaget pengeydelse straffes dog ikke.

Stk. 2. Den, som undlader at meddele oplysninger, der afkræves efter § 15, stk. 2, 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, stk. 1-3, § 2 a, §§ 6-9 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 den pågældende, er undergivet privat påtale.⁹⁾

Stk. 4. Overtrædelse af § 10 straffes med bøde, hæfte eller fængsel indtil 2 år. Påtale finder kun sted efter den forurettedes begæring.¹⁰⁾

Stk. 5. I forskrifter, der udstedes i medfør af §§ 11 og 12, kan der fastsættes straf af bøde for overtrædelse af bestemmelser i forskrifterne.

Stk. 6. Der kan pålægges selskaber m.v. (juridiske personer) strafansvar efter reglerne i straffelovens 5. kapitel.¹¹⁾

Fri proces

§ 23. Forbrugere, der opfylder betingelserne i retsplejelovens § 330, stk. 1, nr. 2, har fri proces i sager om tilbagebetaling af pengeydelse, som er omfattet af et af retten nedlagt eller af Forbrugerombudsmanden meddelt påbud.

Henlæggelsesbeføjelser

§ 24. Erhvervsministeren kan henlægge sine beføjelser efter loven til Forbrugerstyrelsen. Dette gælder ikke for beføjelser i henhold til § 15, stk. 5. Henlægger erhvervs-

ministeren sine beføjelser til Forbrugerstyrelsen, kan ministeren fastsætte regler om klageadgangen, herunder at klager ikke kan indbringes for anden administrativ myndighed.

Ikrafttrædelse

§ 25. Loven træder i kraft den 1. oktober 1994. Samtidig ophæves lov om markedsføring, jf. lovbekendtgørelse nr. 594 af 27. juni 1992.

Færøerne og Grønland

§ 26. Loven gælder ikke for Færøerne og Grønland.

Lov nr. 342 af 2. juni 1999 indeholder følgende ikrafttrædelsesbestemmelse:

§ 2

Loven træder i kraft den 1. juli 1999.¹²⁾

Lov nr. 164 af 15. marts 2000 indeholder følgende ikrafttrædelsesbestemmelse:

§ 3

Stk. 1. Loven træder i kraft den 1. april 2000, jf. dog stk. 2.¹³⁾

Stk. 2. —¹⁴⁾

Lov nr. 442 af 31. maj 2000 indeholder følgende ikrafttrædelsesbestemmelse:

§ 5

Stk. 1. —¹⁵⁾

Stk. 2. Lovens § 2 træder i kraft den 1. juli 2000.

Stk. 3. —

Stk. 4. —

Stk. 5. —

Stk. 6.

Erhvervsministeriet, den 17. juli 2000

Pia Gjellerup

/ Georg Ferdinandsen

- ¹¹ § 2 a indeholder bestemmelser, der gennemfører Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 97/55/EF af 6. oktober 1997 om ændring af direktiv 84/450/EØF om vildledende reklame for at medtage sammenlignende reklame (EFT 1997 L 290 af 23.10.1997, s. 18-23).
- ¹² § 4, stk. 2, er indsat ved lov nr. 342 af 2. juni 1999 og gennemfører artikel 6 i Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 1999/44/EF af 25. maj 1999 om visse aspekter af forbrugerkøb og garantier i forbindelse hermed (EFT 1999 L 171 af 7.7.1999, s. 12-16).
- ¹³ § 6 a gennemfører artikel 10 i Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 97/7/EF af 20. maj 1997 om forbrugerbeskyttelse i forbindelse med aftaler vedrørende fjernsalg (EFT 1997 L 144 af 4.6.1997, s. 19-27) og artikel 12 i Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 97/66/EF af 15. december 1997 om behandling af personoplysninger og beskyttelse af privatlivets fred inden for telesektoren (EFT 1998 L 24 af 30.1.1998, s. 1-8).
- ¹⁴ § 15, stk. 2, 2. pkt., er indsat ved lov nr. 164 af 15. marts 2000 og implementerer en bestemmelse fra direktivet om sammenlignende reklame, jf. note 1.
- ¹⁵ § 15, stk. 3, om Forbrugerombudsmandens ansættelse på åremål er indført ved lov nr. 342 af 2. juni 1999. Som følge af lov nr. 346 af 2. juni 1999 om ændring af tjenestemandspensionsloven, tjenestemandslønnen og en række andre love (Opfølgning på nedsættelsen af folkepensionsalderen, ændring af reglerne om tjenestemandsskatterne, afskedigelse af åremålsansatte, ansættelse af personer uden dansk indfødsret m.v.) er § 15, stk. 3, 1. pkt. ændret og 2. pkt. indsat ved lov nr. 164 af 15. marts 2000.
- ¹⁶ § 17, stk. 2-4, om retningslinjer, hvor der aftales bindende virkning, er indsat ved lov nr. 342 af 2. juni 1999.
- ¹⁷ § 19, stk. 2-5, om Forbrugerombudsmandens adgang til at meddele administrative påbud og domstolsprøvelsen heraf er indsat ved lov nr. 342 af 2. juni 1999.
- ¹⁸ § 21, stk. 1, 3. pkt., er en lovteknisk ændring, der er foretaget ved lov nr. 342 af 2. juni 1999.
- ¹⁹ § 22, stk. 3, er ændret ved lov nr. 164 af 15. marts 2000.
- ¹¹⁰ Ved lov nr. 433 af 31. maj 2000 om ændring af forskellige lovbestemmelser i forbindelse med gennemførelsen af en lov om fuldbyrdelse af straf m.v. kan der efter lovens ikrafttræden den 1. juli 2001 ikke idømmes hæftestraf. Hæftestraf erstattes med fængsel indtil 4 måneder.
- ¹¹¹ Den i lovgivningen nu anvendte formulering af strafansvar for juridiske personer er indsat ved lov nr. 342 af 2. juni 1999.
- ¹¹² Lov nr. 342 af 2. juni 1999 angår § 4, stk. 2, § 15, stk. 3, § 17, stk. 2-4, § 19, stk. 2-5, § 21, stk. 1, 3. pkt., og § 22, stk. 1 og 6.
- ¹¹³ Lov nr. 164 af 15. marts 2000 angår § 2 a, § 15, stk. 2 og stk. 3, 1. og 2. pkt., og § 22, stk. 3.
- ¹¹⁴ Stk. 2 angår ikrafttrædelse af § 2 i lov nr. 164 af 15. marts 2000 og vedrører en lovteknisk ændring af rejsegarantifondloven.
- ¹¹⁵ Stk. 1 og 3-6 angår ikrafttrædelsen af gennemførelsen af EU-regler om fjernsalg, metoden til beregning af årlige omkostninger i procent og gennemførelse af protokoller om Domstolens fortolkningskompetence vedrørende konventionen om, hvilken lov der skal anvendes på kontraktlige forpligtelser mv.

Oversigt over bekendtgørelser mv., der er udstedt med hjemmel i markedsføringsloven, og andet med relation til markedsføringsloven

- Bekendtgørelse nr. 46 af 26. januar 1999 om visse metoder for kvantitativ analyse af tekstilfiberblandinger.
- Bekendtgørelse nr. 516 af 3. juli 1998 om betegnelse og mærkning af tekstilvarer.
- Bekendtgørelse nr. 759 af 15. september 1995 om mærkning af materialer anvendt i hovedbestanddelene af fodtøj med henblik på salg i detailledet.
- Forbrugerstyrelsens vejledning om mærkning af fodtøj (29. september 1995).
- Bekendtgørelse nr. 1152 af 16. december 1994 om fastsættelse af beløbsgrænser i konkurrencer.
- Bekendtgørelse nr. 890 af 26. oktober 1994 om regler for Forbrugerombudsmandens virksomhed.
- Bekendtgørelse 889 af 26. oktober 1994 om henlæggelse af visse beføjelser til Forbrugerstyrelsen.
- Bekendtgørelse nr. 247 af 19. april 1990 om frivillig mærkning af husholdningsapparater med oplysning om luftbåren støj.
- Bekendtgørelse nr. 834 af 16. december 1987 om mærkning og kontrol af motorbenzin med indhold af erstatningsbrændstoffer (alkoholer og ætere).
- Bekendtgørelse nr. 186 af 14. maj 1975 om indløsning af rabatmærker.
- Bekendtgørelse nr. 122 af 6. marts 1973 om krystalglasvarer.
- Bekendtgørelse nr. 305 af 4. Oktober 1938, ændret ved bekendtgørelse nr. 335 af 7. juli 1972, angaaende Benyttelse af og Handel med Øl- og Mineralvandsflasker.
- Bekendtgørelse nr. 487 af 21. September 1918 angaaende Handel med og Benyttelse af Mineralvandssifoner, Patentflasker og Kasser til Transport af Øl og Mineralvande.

- Rigsadvokatens Meddelelse af 15. september 1999 om overtrædelse af markedsføringsloven.
- Rigsadvokatens brev af 14. december 1990 om skærpelse af bødeniveauet i markedsføringssager.

Ovennævnte bekendtgørelser mv. kan gratis udprintes fra Forbrugerstyrelsens hjemmeside på Internettet (www.fs.dk) under »Jura« – »Forbrugerlove« – »Markedsføring«. Udskrift kan også bestilles telefonisk tirsdag-torsdag kl. 9-12 på telefon 7013 1330.

Fortegnelse over Forbrugerombudsmandens gældende retningslinier, vejledninger m.m.

- Retningsslinier for omdeling af adresseløse forsendelser, herunder vareprøver. (December 1995)
- Retningslinier for omfanget af forsikringsselskabernes orientering til forsikringstager i forbindelse med autoskade.
- Forbrugerombudsmandens orientering af 22. juni 2000 om den nye lov om visse betalingsmidler
- Retningslinier for afgivelse af bonusprognoser og prognoser for pensionsopsparing i livsforsikringsselskaber og pengeinstitutter. (Forbrugerombudsmanden & Finanstilsynet, Februar 1990)
- Retningslinier for markedsføring af brænde. (November 1995)
- Forbrugerombudsmandens vejledning om »Børn, unge og markedsføring« (April 2002)
- Om pornoblade og pornofilm i børnehøjde i forretningerne (Januar 2001)
- Forbrugerombudsmandens vejledning vedr. unge og bankbøger/betalingskort og net-/homebanking (Maj 1999)
- Forbrugerombudsmandens brev af 9. marts 2001 om data warehousing og data mining – konklusion på høringssvarene.
- Vejledning i forbindelse med markedsføring af hi-fi-produkter, der kan benyttes til ulovlig digital kopiering – Forbrugerombudsmandens hyrdebrev (December 1999)
- Pjecen om etik: »Etik · Dialog · Ansvar«. (December 1995)
- Retningslinier vedrørende fjernsalg mv. i betalingssystemer med betalingskort. (December 1996)
- »Felles spilleregler for fjernsynsreklamen med udgangspunkt i markedsføringslovgivningen i de nordiske land«, udarbejdet af de nordiske forbrugerombudsmænd m.fl. [TemaNord 1991: 45, Marts 1991]
- »Vejledning om forhandlerpræmiering« fra Forbrugerombudsmanden (Marts 2000)

- Retningslinier for anvendelse af garantiudsagn i reklamer og aftalevilkår (December 1987) samt »Vejledning om anvendelsen af garanti- og forsikringsudsagn i markedsføringen«. (November 1990)
- Forbrugerombudsmandens »Orientering om markedsføringsloven og Internettet« (December 1999)
- De nordiske forbrugerombudsmænds fælles holdning til handel og markedsføring på Internettet
- Forbrugerombudsmandens vejledning om »Tilgift og konkurrencer« [Marts 1996] samt notat om spil og konkurrencer [April 1998]
- Vejledende retningslinier for kontaktbureauers virksomhed. (Juni 1979)
- Forbrugerombudsmandens »hyrdebrev« om pågående markedsføring af kredit. (Maj 1997)
- Forbrugerombudsmandens henstilling om markedsføring af købsfinansiering i relation til kreditaftaleloven (»oprindelige trepartsforhold« og »fritstående lån«). (November 1990)
- Retningslinier vedrørende kønsdiskriminerende reklame. (Februar 1993)
- Retningslinier om annoncering med køreskoleundervisning. (November 1989)
- Loyaltetsprogrammer i markedsføringen – Vejledning fra de nordiske forbrugerombudsmænd (Juni 1997)
- Vejledning om lægemiddelreklame over for offentligheden – Vejledning fra Sundhedsstyrelsen (April 1989)

- Forbrugerombudsmandens »hyrdebrev«:
 - Orientering om ændring af markedsføringsloven – uanmodet henvendelse til bestemte aftagere (Juni 2000)
 - Orientering om ændring af markedsføringsloven – sammenlignende reklame (April 2000)
 - Orientering om Forbrugerombudsmandens anvendelse af Internettet til offentliggørelse af sager efter markedsføringsloven
 - Hyrdebrev om vejledning i forbindelse med markedsføring af hi-fi-produkter, der kan benyttes til ulovlig digital kopiering (December 1999)
 - Orientering om ændring af markedsføringsloven (Oplysningskrav til forbrugergarantier, regler om Forbrugerombudsmandens ansættelse og styrkelse af Forbrugerombudsmandens indgrebsmuligheder) (Juni 1999)
 - »Hyrdebrev« om ny markedsføringslov. (September 1994)
 - Supplerende generelt om Forbrugerombudsmandens løsning af opgaverne omkring administrationen af markedsføringslovgivningen (»1992-hyrdebrevet«). (April 1992)
 - Generelt om Forbrugerombudsmandens løsning af opgaverne omkring administrationen af markedsføringslovgivningen (»1990-hyrdebrevet«). (Oktober 1990)
- »Forbrugerombudsmandens vejledning om miljømarkedsføring«. [Maj 1993]
- »Miljöargument i marknadsföring – vägledning från de nordiske konsumnetombudsmännen«. [TemaNord 1994:562, Marts 1994]
- Information til Erhvervsorganisationerne om administration af forbud mod mængdebegrænsning. (December 1991)
- Forbrugerombudsmandens vejledning om »Mængdebegrænsning og rabatter«. [Marts 1995]
- Retningslinier om »Etik i pengeinstitutternes rådgivning«. (Juni 1994)

- »Etik i bankrådgivningen«. Forbrugerombudsmandens retningslinier med uddybende kommentarer. [Oktober 1997]
- Forbrugerombudsmandens vejledning vedrørende persontransport i tog og bus (Oktober 2000)
- Retningslinier for anvendelse af portrætbilleder eller andre personlige kendetegn i markedsføringen. (April 1987 med kommentar juli 1997)
- Retningslinier for reklamering med priseksempler og med samlerabat indenfor forbrugerskadeforsikring. (December 1992, ophævet 26. marts 2002)
- Forbrugerombudsmandens tilkendegivelse om god markedsføringskik og minimumsstandarder for privatkundebehandling i pengeinstitutter (August 2001)
- Prismarkedsføring. Forbrugerombudsmandens vejledning. [Februar 2002]
- Retningslinier for præmiekonkurrencer afholdt af foreninger i samarbejde med erhvervsdrivende. (November 1996)
- Retningslinier om etik i realkreditinstitutter. (September 1995)
- Reklamationsvejledning – Forbruger køb af biler. (Februar 1981)
- Retningslinier for skolefotografering. (September 1976)
- Vejledende sikkerhedsmodel for betalingskortsystemer.
- Retningslinier for annoncetegning ved telefonisk annoncetegning. (September 1994)
- Vejledende retningslinier for markedsføring af tinvarer og tinlignende varer. (Marts 1979)
- Forbrugerombudsmandens vejledning vedr. unge og bankbøger/betalingskort og net-/homebanking. (Maj 1999)
- Retningslinier for pengeinstitutternes udformning af afregningsnotaer ved kunders handel med fremmed valuta. (November 1991)

- Forbrugerombudsmandens tilkendegivelse om god markedsføringsskik ved værdipapirhandel for almindelige private investorer (Juni 2001)
- Vejledende retningslinier for annoncering med køb af ædle metaller. (Marts 1981)

Ovennævnte retningslinier kan gratis udprintes fra Forbrugerstyrelsens hjemmeside på Internettet (www.fs.dk) under »Jura« – »Forbrugerlove« – »Markedsføring«. Udskrift kan bestilles tirsdag-torsdag kl. 9-12 på telefon 7013 1330.

Sammenskrivning af lov om visse betalingsmidler¹⁾

Sammenskrivning af lov nr. 414 af 31. maj 2000 med senere ændringer

Anvendelsesområde

§ 1. Loven gælder for de i stk. 2 nævnte betalingsmidler, der udbydes eller kan benyttes her i landet.

Stk. 2. Ved betalingsmidler forstås i denne lov følgende midler, i det omfang de kan benyttes til at erhverve varer eller tjenesteydelser, foranledige overførsel af beløb, hæve penge eller foretage andre betalingstransaktioner:

- 1) Hævekort og betalingskort, som er knyttet til bestemte brugere.
- 2) Andre fysiske legitimationsmidler, som er knyttet til bestemte brugere, og som er beregnet til elektronisk aflæsning.
- 3) Koder og biometriske værdier, som er beregnet til at legitimere brugeren.
- 4) Elektronisk registrerede fordringer, som udsteder er forpligtet til at indfri på brugers anmodning.

Stk. 3. Ved forudbetalte betalingsmidler forstås i denne lov betalingsmidler som nævnt i stk. 2, der tillige er

- 1) elektroniske penge, jf. § 1, stk. 3, i lov om udstedere af elektroniske penge, eller ²⁾
- 2) betalingsmidler, som brugeren kun kan anvende, i det omfang der forud for anvendelsen af betalingsmidlet er sket indbetaling af midler, som ikke er registreret på en konto, der tilhører brugeren, eller hvor brugeren vederlagsfrit har modtaget en sådan værdi eller har fået forhøjet betalingsmidlets værdi.

Stk. 4. Loven gælder ikke for betalingsmidler, der udelukkende udbydes til erhvervsdrivende, hvis udsteder godtgør, at brugeren i tilslutningsaftalen har forpligtet sig til udelukkende at anvende betalingsmidlet erhvervsmæssigt, og udstederen ikke efterfølgende accepterer, at betalingsmidlet anvendes på anden måde.

Stk. 5. Betalingsmidler, som udbydes med henblik på såvel erhvervsmæssig som ikke erhvervsmæssig anvendelse, er omfattet af loven. Bestemmelserne i §§ 7 og 9-13 gælder dog ikke i forholdet mellem udstederen og den enkelte bruger, hvis udsteder godtgør, at brugeren i tilslutningsaftalen har forpligtet sig til udelukkende at anvende betalingsmidlet erhvervsmæssigt. Hvis brugeren i strid med en sådan aftale anvender betalingsmidlet ikke erhvervsmæssigt, gælder de nævnte bestemmelser dog alligevel, hvis udsteder vidste eller burde vide, at betalingsmidlet anvendes på en uberettiget måde.

Stk. 6. Erhvervsministeren kan bestemme, at et betalingsmiddel helt eller delvis undtages fra lovens bestemmelser.

Stk. 7. Erhvervsministeren kan bestemme, at §§ 13 og 14 ikke finder anvendelse på internationale betalingsmidler.

Stk. 8. Erhvervsministeren kan fastsætte nærmere regler om, at visse typer betalingsmidler helt eller delvis undtages fra lovens bestemmelser. Erhvervsministeren kan samtidig fastsætte supplerende regler for sådanne betalingsmidler.

§ 2. Lovens § 11 og § 14, stk. 1, gælder ikke for forudbetalte betalingsmidler, jf. § 1, stk. 3. Bestemmelserne i § 11 gælder dog for forudbetalte betalingsmidler, hvis betalingsmidlets værdi kan overstige 3.000 kr., eller hvis der er mulighed for en automatisk genopladning af betalingsmidlet for brugers regning.

Stk. 2. For betalingsmidler, der kun kan anvendes til kontanthævninger hos udstederen, gælder kun §§ 11-13.

Stk. 3. Erhvervsministeren kan, i det omfang det betinges af prisudviklingen, ændre beløbsangivelsen i stk. 1.

Definitioner

§ 3. Ved bruger forstås den, der indgår aftale med udsteder om brug af et betalingsmiddel, eller den, der i forhold til udsteder er retmæssig bruger af et forudbetalt betalingsmiddel.

Stk. 2. Ved udsteder forstås den, som brugeren indgår aftale med om udstedelse eller anvendelse af et betalingsmiddel.

Stk. 3. Ved indløser forstås den, som indgår aftale med betalingsmodtageren om tilslutning til betalingssystemet.

Stk. 4. Ved betalingsmodtager forstås den, hos hvem brugeren kan anvende betalingsmidlet til at erhverve varer eller tjenesteydelser, foranledige overførsel af beløb eller foretage andre betalingstransaktioner.

Generalklausul

§ 4. Lovens formål er at sikre, at betalingsmidler, der er omfattet af denne lov, er sikre og velfungerende.

Stk. 2. Et betalingssystem skal indrettes og virke således, at der sikres brugerne gennemsigthed, frivillighed, beskyttelse mod misbrug samt fortrolighed om brugerens anvendelse af betalingsmidlet. Der skal løbende træffes de juridiske, organisatoriske, driftsmæssige, tekniske og sikkerhedsmæssige foranstaltninger, som er nødvendige for, at der er tale om et sikkert og velfungerende betalingssystem.

Stk. 3. Forbrugerombudsmanden skal ved forhandling søge forholdene ændret, hvis betalingssystemet ikke lever op til de krav, der er stillet i stk. 1 og 2, herunder

- 1) at fornødne kontrol-, sikkerheds- og korrektionsprocedurer ikke er etableret
- 2) at en udsteders, indløser eller betalingsmodtagers forretningsbetingelser eller praksis over for brugeren eller en anden part ensidigt tilgodeser egne interesser eller i øvrigt er urimelige, eller
- 3) at der sker overtrædelse af denne lov eller bestemmelser, som er fastsat i medfør heraf.

Forretningssted, anmeldelse og oplysningspligt

§ 5. Udstedere skal have forretningssted her i landet, medmindre andet er hjemlet i

EU-aftale, anden international aftale eller følger af regler fastsat af erhvervsministeren.

§ 6. Udstedere skal anmeldes til Forbrugerombudsmanden. Et betalingsmiddel må ikke udstedes, før anmeldelse er sket.

Stk. 2. Anmeldelsen skal indeholde oplysning om udsteders navn, forretningssted og selskabsform samt det i § 7 nævnte informationsmateriale.

Stk. 3. Ændringer i anmeldte forhold skal anmeldes inden 8 dage efter, at ændringen er sket.

Stk. 4. Udbyder flere udstedere samme betalingsmiddel, og anvender de i væsentligt omfang samme forretningsbetingelser, kan Forbrugerombudsmanden tillade eller påbyde fælles anmeldelse.

§ 7. Udsteder skal i forbindelse med indgåelse af aftalen om adgang til at anvende et betalingsmiddel med brugeren stille informationsmateriale til rådighed for denne. Materialet skal i et let og forståeligt sprog sætte brugeren i stand til at anvende betalingsmidlet på en sikker og hensigtsmæssig måde og oplyse om typiske omkostninger ved anvendelse af betalingsmidlet. Materialet skal særligt gøre opmærksom på de sikkerhedsmæssige krav, som brugeren skal efterleve, samt hvilket ansvar brugeren kan ifalde ved tredjemands misbrug af betalingsmidlet.

Stk. 2. Erhvervsministeren kan fastsætte nærmere regler om, hvilke oplysninger informationsmaterialet skal indeholde.

Oplysninger efter en transaktion

§ 8. Brugeren har krav på kvittering ved enhver transaktion, som iværksættes med betalingsmidlet, medmindre brugeren på anden måde har let adgang til oplysninger om, hvorvidt og hvornår den pågældende transaktion er gennemført.

Opsigelses- og refusionsret

§ 9. Bruger kan uden varsel opsigte aftalen med udsteder om tilslutning til betalingssystemet, jf. dog stk. 2.

Stk. 2. For forudbetalte betalingsmidler kan brugeren opsige aftalen efter gyldighedsperiodens udløb og, såfremt krav fremsættes inden 1 år efter udløb, få udbetalt en eventuel restværdi. Udstederen kan kræve et gebyr for refusionen. Gebyret må ikke overstige, hvad der under hensyn til udstederens omkostninger ved refusionen og omstændighederne i øvrigt er rimeligt.

Stk. 3. Betalingsmodtager kan uden varsel opsige aftalen med indløser om tilslutning til betalingssystemet. Bestemmelsen i 1. pkt. kan dog fraviges ved aftale, hvis indløseren som følge af særlige ønsker fra en betalingsmodtager leverer individuelt tilpasset udstyr eller ydelser.

Betalingsmodtagers pligt til at modtage kontant betaling

§ 10. Betalingsmodtager er forpligtet til at modtage kontant betaling, hvis betalingsmodtageren modtager betalingsmidler, der er omfattet af denne lov. Bestemmelsen i 1. pkt. gælder ikke ved fjernsalg eller ved betalingstransaktioner i ubemandede selvbetjeningsmiljøer.

Hæftelses- og ansvarsregler

§ 11. Udsteder hæfter i forhold til brugeren for tab som følge af andres uberettigede anvendelse af et betalingsmiddel, medmindre andet følger af stk. 2-6. Brugeren hæfter kun efter stk. 2-6, hvis transaktionen er korrekt registreret og bogført.

Stk. 2. Medmindre videregående hæftelse følger af stk. 3 eller 6, hæfter brugeren med op til 1.200 kr. for tab som følge af andres uberettigede anvendelse af betalingsmidlet, hvis den til betalingsmidlet hørende personlige, hemmelige kode er anvendt.

Stk. 3. Medmindre videregående hæftelse følger af stk. 6, hæfter brugeren med op til 8.000 kr. for tab som følge af andres uberettigede anvendelse af betalingsmidlet, hvis udsteder godtgør, at den til betalingsmidlet hørende personlige, hemmelige kode har været anvendt, og

- 1) at brugeren har undladt at underrette udsteder snarest muligt efter at have fået kendskab til, at koden er kommet til den uberettigedes kendskab,

- 2) at brugeren har oplyst koden til den, der har foretaget den uberettigede anvendelse, uden at forholdet er omfattet af stk. 6, eller

- 3) at brugeren ved groft uforsvarlig adfærd har muliggjort den uberettigede anvendelse.

Stk. 4. Brugeren hæfter med op til 8.000 kr. for tab som følge af andres uberettigede anvendelse af betalingsmidlet, når betalingsmidlet har været aflæst fysisk eller elektronisk og den uberettigede i tilknytning hertil har anvendt en falsk underskrift og udsteder godtgør,

- 1) at brugeren eller nogen, som brugeren har overladt betalingsmidlet til, har undladt at underrette udsteder snarest muligt efter at have fået kendskab til, at betalingsmidlet er bortkommet, eller
- 2) at brugeren eller nogen, som brugeren har overladt betalingsmidlet til, ved groft uforsvarlig adfærd har muliggjort den uberettigede anvendelse.

Stk. 5. Hæfter brugeren efter såvel stk. 3 som 4, kan brugerens samlede hæftelse ikke overstige 8.000 kr.

Stk. 6. Brugeren hæfter uden beløbsbegrænsning for tab, der opstår som følge af andres uberettigede anvendelse af betalingsmidlet, når den til betalingsmidlet hørende personlige, hemmelige kode er anvendt og udsteder godtgør, at brugeren har oplyst koden til den, der har foretaget den uberettigede anvendelse, og at det er sket under omstændigheder, hvor brugeren indså eller burde have indset, at der var risiko for misbrug.

Stk. 7. Uanset stk. 2-6 hæfter udsteder for uberettiget anvendelse, der finder sted, efter at udsteder har fået underretning om, at betalingsmidlet er bortkommet, at en uberettiget person har fået kendskab til koden, eller at brugeren af andre grunde ønsker betalingsmidlet spærret. Udsteder skal give brugeren mulighed for når som helst at meddele, at betalingsmidlet skal spærres, og skal snarest over for brugeren skriftligt eller på anden bevissikker måde bekræfte, at udstederen har modtaget en sådan underretning. Bekræftelsen skal angive tidspunktet for underretningen.

Stk. 8. Uanset stk. 2-6 hæfter udsteder til- lige, hvis betalingsmodtager vidste eller bur- de vide, at der forelå en uberettiget anven- delse af betalingsmidlet. Uanset stk. 2 er ud- steder endvidere ansvarlig, hvis et betalings- kort er blevet anvendt svigagtigt i forbindelse med en aftale om fjernsalg.

Stk. 9. Erhvervsministeren kan, i det om- fang det betinges af prisudviklingen, ændre beløbsangivelserne i stk. 2-5.

§ 12. En udsteder er ansvarlig for tab hos brugeren, som skyldes fejlregistrering eller konteringsfejl, selv om fejlen er hændelig. Har brugeren fået meddelelse om, at beta- lingstransaktionen er anerkendt, er udsteder endvidere ansvarlig for tab hos brugeren, som skyldes, at den pågældende betalings- transaktion ikke gennemføres eller gennem- føres mangelfuldt. Bestemmelsen i 2. pkt. finder dog ikke anvendelse, hvis udstederen godtgør, at udsteder ikke har haft mulighed for at gennemføre betalingstransaktionen og dette skyldes ekstraordinært indgribende omstændigheder, som udstederen ikke har nogen indflydelse på, og som udstederen ikke burde have taget i betragtning, da bru- geren modtog den i 2. pkt. nævnte meddelel- se. Har brugeren forsætligt eller groft uagt- somt medvirket til fejlen, kan erstatningen nedsættes eller bortfalde.

Stk. 2. Er betaling udeblevet eller forsin- ket under omstændigheder som nævnt i stk. 1, 1. og 2. pkt., kan misligholdelsesbeføjel- ser ikke af den grund gøres gældende over for brugeren, bortset fra krav på rente. Er der sket træk på brugerens konto eller på et forudbetalt betalingsmiddel, anses betaling for sket med frigørende virkning for bruge- ren.

Stk. 3. Indløser er ansvarlig for tab hos be- talingsmodtager, som skyldes fejlregistre- ring eller konteringsfejl, selv om fejlen er hændelig. Indløser er dog ikke ansvarlig for tab, som er en følge af forhold hos beta- lingsmodtageren.

Stk. 4. Erstatte udsteder efter stk. 1 tab hos brugeren som følge af forhold hos beta- lingsmodtager eller indløser, kan udsteder kræve erstatningen betalt af henholdsvis

betalingsmodtager eller indløser. Erstatte indløser efter stk. 3 tab hos betalingsmodta- ger som følge af forhold hos udsteder, kan indløser kræve erstatningen betalt af udste- der.

Stk. 5. Udsteder og indløser har bevisbyr- den for, at et tab ikke skyldes de i stk. 1 og 3 nævnte forhold.

Registrering og CPR-nummer

§ 13. Lov om behandling af personoplys- ninger finder anvendelse med de ændringer, der følger af denne paragraf og af regler udstedt i medfør af § 1, stk. 8.

Stk. 2. Udstederen skal sikre, at brugerens CPR-nummer på et betalingsmiddel ikke må kunne aflæses fysisk eller elektronisk af an- dre end udstederen.

Stk. 3. Der må kun ske behandling af op- lysninger om, hvor brugerne har anvendt de- res betalingsmidler, og hvad de har købt, når det

- 1) er nødvendigt til gennemførelse eller kor- rektion af betalingstransaktioner eller an- dre funktioner, som udstederen har knyttet til betalingsmidlet,
- 2) er nødvendigt til retshåndhævelse eller for at hindre misbrug eller
- 3) er hjemlet ved anden lovgivning.

Stk. 4. Der må endvidere ske behandling af oplysninger om, hvor brugerne har an- vendt deres betalingsmidler, når

- 1) det er nødvendigt for udstederens rådgiv- ning af en bruger med henblik på en hen- sigtsmæssig anvendelse af betalingsmid- ler, og når de oplysninger, der frembrin- ges, alene angår, hvilke typer betalings- transaktioner brugeren foretager, eller
- 2) behandlingen er nødvendig for udstede- rens tilpasning af betalingssystemer, såle- des at disse er sikre, effektive og tidssva- rende, og der ikke frembringes oplysnin- ger på enkeltbrugerniveau.

Stk. 5. Erhvervsministeren kan i forsk- ningsøjemed fravige stk. 3.

Stk. 6. Erhvervsministeren kan efter ind- hentet udtalelse fra Datatilsynet fastsætte regler om behandling i udlandet af de i stk. 3 nævnte oplysninger.

*Dækning af udsteders og
indløseres omkostninger samt forbud mod
visse vilkår i indløsningsaftaler*

§ 14. Udsteders og indløseres omkostninger ved drift af betalingssystemet kan ikke pålægges betalingsmodtager, hvis afviklingen af en betalingstransaktion

- 1) forudsætter fysisk tilstedeværelse af bruger og betalingsmodtager og
- 2) sker ved fysisk anvendelse af et betalingsmiddel, der er omfattet af § 1, stk. 2, nr. 1, og som ikke er forudbetalt, samtidig med at brugeren anvender underskrift eller personlig, hemmelig kode eller tilsvarende sikker identifikation.

Stk. 2. Optrækker udsteder gebyr fra brugeren for brugerens anvendelse af et betalingsmiddel, skal gebyret fastsættes uafhængigt af betalingsmodtagerens forhold.

Stk. 3. Betalingsmodtager kan opkræve gebyr for betalingstransaktionen hos bruger, når brugeren betaler med et betalingsmiddel. Gebyrets størrelse må ikke overstige betalingsmodtagers gebyr for betalingstransaktionen til indløser.

Stk. 4. Optrækker betalingsmodtager gebyr hos brugeren for anvendelse af et betalingsmiddel, skal betalingsmodtager forud for aftalens indgåelse på tydelig måde oplyse bruger om, hvilke gebyrer der opkræves.

§ 15. Ved fastsættelse af gebyr m.v. i forbindelse med gennemførelse af betalingstransaktioner må der ikke anvendes urimelige priser og avancer. Ved urimelige priser og avancer forstås priser og avancer, der er højere, end hvad der ville være tilfældet under virksom konkurrence.

Stk. 2. Konkurrencestyrelsen kan til opfyldelse af stk. 1 udstede de fornødne påbud, herunder påbud om

- 1) at angive priser og avancer ikke må overskrides, eller
- 2) at der ved beregningen af priser og avancer skal anvendes bestemte kalkulationsregler.

§ 16. Indløser må ikke betinge en betalingsmodtagers tilslutning til et betalingssystem af, at betalingsmodtageren samtidig

skal acceptere andre betalingsmidler, som omfattet af denne lov.

*Lovens fravigelighed
og administration*

§ 17. Bestemmelserne i § 7, stk. 1, § 8, § 9, stk. 1 og 2, § 11, § 12, stk. 1, 2 og 5, og § 14, stk. 2 og 3, kan ikke ved forudgående aftale fraviges til skade for brugeren.

Stk. 2. § 9, stk. 3, § 12, stk. 3 og 4, og § 14, stk. 1-3, kan ikke ved forudgående aftale fraviges til skade for betalingsmodtager.

Stk. 3. Ved regler, der udstedes i medfør af denne lov, kan det bestemmes, at der ikke ved forudgående aftale kan ske fravigelse af regler til skade for brugeren.

§ 18. Forbrugerombudsmanden fører tilsyn med, at der ikke sker overtrædelse af denne lov eller bestemmelser, der er fastsat i medfør heraf, jf. dog § 21.

Stk. 2. Forbrugerombudsmanden kan kræve alle oplysninger, som findes nødvendige for Forbrugerombudsmandens virksomhed, herunder til afgørelse af, om et forhold falder ind under denne lovs bestemmelser.

Stk. 3. Kan en ændring som nævnt i § 4, stk. 3, ikke ske ved forhandling, kan Forbrugerombudsmanden udstede påbud herom. Et påbud skal uden unødigt ophold af Forbrugerombudsmanden indbringes for domstolene, hvis den, mod hvem påbuddet retter sig, gør indsigelse.

Stk. 4. Forbrugerombudsmanden kan betjene sig af særligt sagkyndige, i det omfang det findes fornødent. Hvad særligt sagkyndige og deres medhjælpere erfarer gennem deres virksomhed for Forbrugerombudsmanden, skal betragtes som fortroligt.

Stk. 5. Forinden Forbrugerombudsmanden træffer afgørelse om forhold vedrørende sikkerhedsmæssige eller edb-tekniske aspekter i betalingssystemer inden for pengeinstitusktoren, skal der indhentes en udtalelse fra Finanstilsynet.

Stk. 6. Forbrugerombudsmandens afgørelser efter denne lov kan ikke indbringes for anden administrativ myndighed.

Stk. 7. Retten kan bestemme, at indbrin-

gelse af et påbud for domstolene har opsættende virkning.

Stk. 8. Datatilsynet varetager efter bestemmelser i § 64 i lov om behandling af personoplysninger i samråd med Forbrugerombudsmanden samarbejdet med udenlandske myndigheder.

§ 19. 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, hvis nærmere kendskab til betalingsmidler, der omfattes af loven, skønnes at være af væsentlig betydning for sagens afgørelse. I øvrigt gælder reglerne i retsplejelovens kapitel 63. Endvidere finder reglerne i retsplejelovens § 105, stk. 3, tilsvarende anvendelse.

Stk. 3. I sager, der efter stk. 1 og stk. 2, 1. pkt., anlægges ved Sø- og Handelsretten i København, finder reglerne i retsplejelovens § 9 a, stk. 8, 2. pkt., og § 94, stk. 1, 3. pkt., tilsvarende anvendelse.

§ 20. Omkostninger ved administration af denne lov pålægges anmeldte udstedere i forhold til betalingssystemets omsætning.

Stk. 2. Erhvervsministeren kan fastsætte nærmere regler om gebyrets fastsættelse og om Forbrugerombudsmandens opkrævning heraf.

Stk. 3. Der tillægges gebyrerne udpantningsret.

§ 21. Konkurrencestyrelsen fører tilsyn med overholdelsen af § 14, § 15, stk. 1, og § 16.

Stk. 2. Konkurrencestyrelsen kan kræve alle oplysninger, herunder regnskaber, regnskabsmateriale, udskrift af bøger, andre forretningspapirer og elektronisk lagrede data, som skønnes nødvendige for dens virksomhed eller til afgørelse af, om et forhold er omfattet af § 14 og § 15, stk. 1.

Stk. 3. Konkurrencestyrelsens afgørelser efter § 15 kan indbringes for Konkurrence-

ankenævnet. Konkurrencelovens § 20 finder tilsvarende anvendelse.

Stk. 4. Klager efter stk. 3 kan indbringes af

- 1) den, afgørelsen retter sig til, eller
- 2) den, som i øvrigt har individuel, væsentlig interesse i sagen.

Stk. 5. Klager over afgørelser efter stk. 3 kan af Konkurrencestyrelsen eller Konkurrenceankenævnet tillægges opsættende virkning.

Stk. 6. Lov om offentlighed i forvaltningen gælder ikke for sager efter stk. 1 eller for Konkurrencestyrelsens rapport til erhvervsministeren, jf. stk. 9. Dog finder § 4, stk. 2, i lov om offentlighed i forvaltningen tilsvarende anvendelse på sager efter stk. 1.

Stk. 7. Konkurrencestyrelsens afgørelser efter stk. 1 samt rapporten til erhvervsministeren efter stk. 9 kan offentliggøres, jf. dog stk. 8.

Stk. 8. Ved offentliggørelse efter stk. 7 kan oplysninger om tekniske forhold, herunder forskning, produktionsmåder, produkter samt drifts- og forretningshemmeligheder, ikke offentliggøres, for så vidt det er af væsentlig økonomisk betydning for den person eller den virksomhed, oplysningen angår. Endvidere kan oplysninger om enkelte kunders forhold i virksomheder, der er under tilsyn af Finanstilsynet, ikke offentliggøres.

Stk. 9. Konkurrencestyrelsen udarbejder én gang årligt en rapport til erhvervsministeren om de vilkår og priser, som fastsættes af udstedere over for henholdsvis betalingsmodtagere og brugere på det danske marked.

Straf og rettighedsfrakendelse

§ 22. Medmindre højere straf er forskyldt efter anden lovgivning, straffes med bøde den, der

- 1) overtræder § 5, § 6, stk. 1-3, § 7, stk. 1, § 13, stk. 2-4, § 14 eller § 16,
- 2) undlader at efterkomme påbud udstedt efter § 6, stk. 4, § 15, stk. 2, eller § 18, stk. 3,
- 3) undlader at meddele oplysninger, som afkræves efter § 18, stk. 2, eller § 21, stk. 2,
- 4) i forhold, der er omfattet af § 21, stk. 1, afgiver urigtige eller vildledende oplysninger til Konkurrencestyrelsen eller Kon-

kurrenceankenævnet eller fortier forhold af betydning for den pågældende sag, eller i forhold, der i øvrigt er omfattet af loven, meddeler Forbrugerombudsmanden urigtige eller vildledende oplysninger.

Stk. 2. I forskrifter, der fastsættes i medfør af § 1, stk. 8, og § 7, stk. 2, kan der fastsættes straf i form af bøde for overtrædelse af bestemmelser i forskrifterne.

Stk. 3. Der kan pålægges selskaber m.v. (juridiske personer) strafansvar efter reglerne i straffelovens 5. kapitel.

Stk. 4. Forældelsesfristen for ansvar efter stk. 1, for så vidt angår overtrædelse af bestemmelserne om opkrævning af gebyrer efter § 14, undladelse af at efterkomme påbud efter § 15, stk. 2, og undladelse af at afgive oplysninger samt afgivelse af urigtige oplysninger efter § 21, stk. 1 og 2, er 5 år.

§ 23. Den, der driver virksomhed med betalingsmidler 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 udøvelse af virksomheden. Straffelovens § 79, stk. 3 og 4, finder tilsvarende anvendelse.

Stk. 2. Påstand om frakendelse efter stk. 1 nedlægges af anklagemyndigheden efter anmodning fra Forbrugerombudsmanden.

Stk. 3. Er virksomheden tillige under tilsyn af Finanstilsynet, kan Forbrugerombuds-

manden først anmode anklagemyndigheden om at nedlægge påstand om frakendelse efter stk. 1, når Forbrugerombudsmanden har anmodet Finanstilsynet om at træffe de fornødne foranstaltninger til at bringe de i stk. 1 nævnte forhold til ophør og en sådan anmodning ikke har bragt de nævnte forhold til ophør.

Stk. 4. 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 straffelovens § 131. Der kan pålægges selskaber m.v. (juridiske personer) strafansvar efter reglerne i straffelovens 5. kapitel.

Ikrafttrædelses- og revisionsbestemmelser

§ 24. Loven træder i kraft den 1. juli 2000.

Stk. 2. Ved lovens ikrafttræden ophæves lov om betalingskort m.v., jf. lovbekendtgørelse nr. 811 af 12. september 1994.

Stk. 3. En dispensation, som er meddelt i medfør af lov om betalingskort m.v., bevarer sin gyldighed.

Stk. 4. Forslag til revision af lovens § 14 fremsættes for Folketinget senest den 1. november 2001.

§ 25. 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 Christiansborg Slot, den 31. maj 2000

Under Vor Kongelige Hånd og Segl

MARGRETHE R.

/ Pia Gjellerup

¹⁾ Loven indeholder bestemmelser, der gennemfører art. 8 i direktiv 97/7 om forbrugerbeskyttelse i forbindelse med aftaler vedrørende fjernsalg, EF-Tidende, L 144, s. 19-28.

²⁾ Ændret ved lov nr. 502 af 7. juni 2001 om udstedelse af elektroniske penge med ikrafttræden 1. juli 2001.

Oversigt over bekendtgørelser, der er udstedt med hjemmel i betalingsmiddeloven

- Bekendtgørelse nr. 587 af 23. juni 2000 om gebyrer i medfør af lov om visse betalingsmidler.

Ovennævnte bekendtgørelse kan gratis udprintes fra Forbrugerstyrelsens hjemmeside (www.fs.dk) under »Jura« – »Forbrugerlove« – »Betalingskort«. Udskrift kan også bestilles telefonisk tirsdag-torsdag kl. 9-12 på telefon 7013 1330.

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 1

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 nævnens 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 lige- ligt repræsenteret.

Stk. 2. (Ophævet).

§ 6. Klage kan rejses mod den, der efter retsplejelovens regler kan sagsøges ved dansk domstol om de af klagen omfattende spørgsmål.

Stk. 2. Aftaler, der bestemmer, at retstvi-ster skal behandles ved voldgift eller andet særligt forum, er ikke til hinder for, at klage indgives til nævnet.

§ 7. Nævnet afviser klager, der ikke skøn-nes 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 kla-gen.

Stk. 3. Nævnet kan bemyndige sekretaria-tet 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 omfattende spørgsmål.

Stk. 2. Såfremt sag er anlagt ved domsto-

lene 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 forbrugers 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 godken-

de, 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 forudsætnin-
gerne 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 mv.

§ 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 Forbrugerklagenævnets virksomhedsområde

(Virksomhedsbekendtgørelsen)

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 24.000 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 82.000 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 og lignende, 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 butiksb brug,
- 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, persienner og lignende,

- 4) leje af fast ejendom eller dele heraf,
- 5) arbejder og leverancer i bygge- og anlægsvirksomhed, for hvilke Almindelige Betingelser udfærdiget af Boligministeriet finder anvendelse,
- 6) a) motorkøretøjer, der hovedsageligt anvendes erhvervsmæssigt, biler med en egenvægt på 2000 kg og derover, traktorer, jordbrugsredskaber, campingvogne, påhængsvogne og lignende,
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 mv.,
- 10) håndknyttede tæpper, antikviteter, kunstgenstande og andre samlerobjekter 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 uddannelse 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 og lignende personbehandlingsvirksomhed, der udøves i henhold til en offentlig autorisation eller på grundlag

af en videregående offentlig anerkendt uddannelse, dog bortset fra optikervirksomhed,

- 13) ydelser vedrørende pengevæsen og forsikring, og
- 14) arbejds- og tjenesteydelser inden for det sociale område og undervisningsområdet, dog bortset fra fjernundervisning.
- 15) større husdyr såsom heste, kvæg, svin og får.¹⁾

§ 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 dagen efter offentliggørelse i Lovtidende. Samtidig ophæves bekendtgørelse nr. 793 af 15. december 1988 og bekendtgørelse nr. 89 af 24. februar 1993.

¹⁾ Indsat ved bekendtgørelse nr. 153 af 19. marts 1999 om ændring af bekendtgørelse om Forbrugerklagenævnets virksomhedsområde med ikrafttræden 1. april 1999.

Oversigt over bekendtgørelser, der er udstedt med hjemmel i forbrugerklagenævnsløven, og andre regler med relation til Forbrugerklagenævnet

- Sammenskrivning af bekendtgørelse nr. 871 af 14. oktober 1994 om Forbrugerklagenævnets virksomhedsområde med senere ændring.
- Sammenskrivning af bekendtgørelse nr. 541 af 10. august 1989 om forretningsorden for Forbrugerklagenævnet med senere ændring.
- § 335a og § 361 i lovebekendtgørelse nr. 748 af 1. december 1989 om rettens pleje (retsplejeloven).
- § 9 i lovebekendtgørelse nr. 460 af 27. juni 1989 om retsafgifter.

Bekendtgørelse af lov om mærkning og skiltning med pris m.v.

(Prismærkningsloven)

Herved bekendtgøres lov om mærkning og skiltning med pris m.v., jf. lovbekendtgørelse nr. 456 af 17. juni 1991 med de ændringer, der følger af lov nr. 429 af 1. juni 1994, § 28 i lov nr. 384 af 10. juni 1997 og § 1 i lov nr. 1090 af 29. december 1999.

Kapitel 1 Pris og mængde

§ 1. Den, der erhvervsmæssigt udbyder varer i detailsalg, skal ved mærkning, skiltning eller på anden måde tydeligt give oplysninger om pris iberegnet moms og andre afgifter for den udbudte vare eller vareenhed.

Stk. 2. Gives der rabat eller anden særlig fordel til medlemmer af foreninger, organisationer eller til andre bestemte persongrupper, skal det ved tydelig skiltning ved samtlige indgangsdøre til forretningslokalet oplyses, at en sådan rabat eller fordel ydes. Ved skiltningen skal anføres, hvilke grupper der modtager rabat eller anden særlig fordel, samt størrelsen af den maksimale rabat eller fordel. Erhvervsministeren fastsætter regler om skiltningens indhold og udformning.¹⁾

Stk. 3. Efter anmodning skal der forevises en liste over, hvilke varer der omfattes af rabatten eller fordel, samt over størrelsen i beløb eller procent af prisen.²⁾

Stk. 4. Bestemmelsen i stk. 2 gælder ikke for rabat eller anden særlig fordel, der gives som led i et ansættelsesforhold til rabatgiveren.

§ 2. Såfremt varerne udbydes i detailsalg med oplysning om omkostninger ved at erhverve dem ved kreditkøb, skal der på samme måde som anført i § 1, stk. 1, gives oplysning om:

- 1) Kontantprisen.
- 2) Kreditomkostningerne angivet som et beløb.

3) De årlige omkostninger i procent for kreditten.

Stk. 2. Ved beregning af kreditomkostningerne efter stk. 1, nr. 2, og de årlige omkostninger i procent efter stk. 1, nr. 3, finder lov om kreditaftaler § 9, stk. 1, nr. 3 og 4, § 13, § 15, stk. 1 og 3, og §§ 16-18 anvendelse.

Stk. 3. Oplysninger efter stk. 1 kan gives i form af et repræsentativt eksempel, hvis dette er den eneste hensigtsmæssige fremgangsmåde.

§ 3. § 1 gælder ikke for salg af antikviteter og kunst samt ved auktionssalg.³⁾

§ 4. Erhvervsministeren kan fastsætte regler om, at den, der erhvervsmæssigt forbrugere udfører tjenesteydelser herunder yder kredit eller modtager indlån, ved skiltning eller på anden tydelig måde i nærmere fastsat omfang skal give oplysning om ydelsernes pris, mængden af varer, som indgår i ydelserne, samt om der gives rabat eller anden særlig fordel til bestemte persongrupper.

Stk. 2. I regler efter stk. 1 kan det fastsættes, hvorledes kreditomkostninger opgøres og beregnes.

Stk. 3. Inden for vare- og tjenesteydelsesområder, hvor det må antages at være af særlig betydning som prisvejledning for forbrugerne, kan erhvervsministeren fastsætte regler om fakturering og anden dokumentation for prisberegningen.⁴⁾

§ 5. Når der ved annoncering eller på anden måde i reklamer over for forbrugeren gives oplysning om pris for varer eller ydel-

ser, skal oplysningerne opfylde kravene i § 1, stk. 1,⁶⁾ og § 2 samt de i medfør af loven fastsatte regler.

Stk. 2. Ved fjernsalg skal der i forbindelse med meddelelse af prisoplysninger gives tydelig oplysning om rabat eller anden særlig fordel som nævnt i § 1, stk. 2, 1. pkt. Efter anmodning skal der gives oplysning om, hvilke varer der omfattes af rabatten eller fordelene, til hvem rabatten eller fordelene gives samt størrelsen i beløb eller procent af prisen.

Stk. 3. Såfremt en fabrikant, importør eller grossist i annoncer, i reklamer eller på anden måde foreslår en pris for videresalg til forbrugeren, skal det udtrykkeligt angives, at prisen er vejledende.

§ 6. Erhvervsministeren kan fastsætte nærmere regler om fremgangsmåden ved meddelelse af prisoplysninger og om begrænsning i mængden af oplysninger, der gives.⁶⁾

§ 7. Erhvervsministeren fastsætter regler om, at der på samme måde som efter § 1, stk. 1, skal oplyses om varens pris pr. måleenhed og om anvendelse af måleenhed for de enkelte varegrupper.⁷⁾

§ 8. Erhvervsministeren kan fastsætte regler om, at færdigpakkede detailsalgsvare skal forsynes med oplysning om pakningens nettomængde.

§ 9. Forinden der udfærdiges regler efter loven, skal erhvervsministeren forhandle med repræsentanter for forbrugerne og vedkommende erhvervsorganisationer.

§ 10. På vare- og tjenesteydelsesområder af særlig betydning for forbrugerne kan erhvervsministeren gennemføre og offentliggøre sammenlignende undersøgelser af priser, rabatter og bonus m.v.⁸⁾

§ 11. Erhvervsministerens afgørelser efter denne lov kan indbringes for Erhvervsankenævnet.

§ 11 a. (Ophævet).

Kapitel 2

Straf

§ 12. Den, der undlader at give oplysninger eller giver mangelfulde eller urigtige oplysninger om forhold, om hvilke han efter § 1, § 2 eller § 5 har pligt til at give oplysning, straffes med bøde, medmindre strengere straf er forskyldt efter anden lovgivning.

Stk. 2. I regler, der fastsættes af erhvervsministeren efter loven, kan der fastsættes straf af bøde for overtrædelse af disse.

Stk. 3. Er oplysninger, der skal gives ifølge regler efter § 7 og § 8 påført af eller hidrører de fra fabrikant, importør eller grossist straffes denne med bøde, såfremt oplysningerne er mangelfulde eller urigtige.

Stk. 4. Der kan pålægges selskaber m.v. (juridiske personer) strafansvar efter reglerne i straffelovens 5. kapitel.⁹⁾

Kapitel 3

Ikrafttrædelse m.v.

§ 13. Loven træder i kraft den 1. september 1977.

Stk. 2. § 11, stk. 2 og 3, og § 12 i lov nr. 59 af 15. februar 1974 om priser og avancer ophæves.¹⁰⁾

Stk. 3. I § 10, stk. 1, i lov nr. 297 af 14. juni 1974 om markedsføring udgår ordene: »at bestemte varer i detailsalg (salg til forbruger) kun må sælges eller udbydes til salg i foreskrevne enheder i henseende til tal, mål eller vægt eller med en på varen eller dens indpakning anbragt angivelse af tal, mål eller vægt, samt«.

Stk. 4. Bestemmelser om mærkning og skiltning med pris og om mængdeangivelser på pakninger, som er fastsat i henhold til § 11, stk. 2 og 3, og § 12 i lov nr. 59 af 15. februar 1974 eller opretholdt ved denne lovs § 17, stk. 3, forbliver i kraft, indtil de ophæves. Overtrædelse af bestemmelserne straffes med bøde. § 12, stk. 4, finder tilsvarende anvendelse.

§ 14. Loven gælder ikke for Færøerne og Grønland.

Lov nr. 395 af 13. juni 1990 indeholder i § 2 følgende ikrafttrædelsesbestemmelse:

§ 2

Loven træder i kraft den 1. januar 1991. § 2, stk. 1, nr. 3, i lov om mærkning og skiltning med pris m.v., som indsat ved nærværende lovs § 1, nr. 2, træder dog først i kraft den 1. januar 1993.

Lov nr. 429 af 1. juni 1994 indeholder i § 2 følgende ikrafttrædelsesbestemmelse:

§ 2

Loven træder i kraft den 1. oktober 1994.

Lov nr. 384 af 10. juni 1997 indeholder i § 27 følgende ikrafttrædelsesbestemmelser:

§ 27

Stk. 1. Loven træder i kraft den 1. januar 1998. Dog træder bestemmelserne i § 14, stk. 3, og § 15 i kraft den 1. juli 1997.

Stk. 2. —.

Stk. 3. —.

Stk. 4. —.

Stk. 5. —.

Stk. 6. De administrative regler, der er fastsat i medfør af § 7, nr. 2, i konkurrence-

loven, jf. lovbekendtgørelse nr. 114 af 10. marts 1993, forbliver i kraft, indtil nye regler eventuelt fastsættes efter § 4, stk. 3, i lov om mærkning og skiltning med pris m.v. som affattet ved denne lovs § 28, nr. 1. Administrationen af de hidtil gældende regler som nævnt i 1. pkt. overføres til Forbrugerstyrelsen. Forsætlig eller groft uagtsom overtrædelse af de hidtil gældende regler som nævnt i 1. pkt. straffes med bøde. Der kan pålægges selskaber m.v. (juridiske personer) strafansvar efter reglerne i straffelovens 5. kapitel.

Lov nr. 1090 af 29. december 1999 indeholder i § 3 følgende ikrafttrædelsesbestemmelse:

§ 3

Stk. 1. Loven træder i kraft den 1. januar 2000.

Stk. 2. Samtidig ophæves Monopoltilsynets bekendtgørelse af 3. marts 1978 (Monopoltilsynets meddelelser nr. 9-78).¹¹⁾

Stk. 3. Regler udstedt i henhold til § 7, stk. 1, i lov om mærkning og skiltning med pris m.v., jf. lovbekendtgørelse nr. 456 af 17. juni 1991, forbliver i kraft, indtil de ophæves eller afløses af regler fastsat i medfør af lov om erhvervsfremme med de ændringer, der følger af denne lovs § 2.¹²⁾

Erhvervsministeriet, den 28. marts 2000

Pia Gjellerup

/ Georg Ferdinandsen

¹¹⁾ § 1, stk. 2, om organiseret rabat er ændret ved lov nr. 429 af 1. juni 1994, om ændring af lov om mærkning og skiltning af pris m.v.

¹²⁾ § 1, stk. 3

¹³⁾ § 3, stk. 2 og 3, om undtagelsen for at prismærke brugte varer og erhvervsområder mv. er ophævet ved lov nr. 1090 af 29. december 1999 om ændring af lov om mærkning og skiltning med pris m.v. og lov om erhvervsfremme (Udvidede krav til mærkning med enhedspris og overførelse af kompetence til at give forskrifter om volumenstørrelser m.v. til lov om erhvervsfremme).

¹⁴⁾ Indsat ved lov nr. 384 af 10. juni 1997 (Konkurrencelov).

¹⁵⁾ Henvisningen til § 1, stk. 1, er præciseret ved lov nr. 1090 af 29. december 1999 om ændring af lov om mærkning og skiltning af pris m.v. og lov om erhvervsfremme, således at henvisningen ikke omfatter organiseret rabat.

¹⁶⁾ § 6 er ændret ved lov nr. 1090 af 29. december 1999 om ændring af lov om mærkning og skiltning af pris m.v. og lov om erhvervsfremme for at skabe hjemmel til at gennemføre Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 98/6/EF af 16. februar 1998 om forbrugerbeskyttelse i forbindelse med angivelse af priser på forbrugsvarer (Prismærkningsdirektivet), EF-Tidende L 80 18.3.1998, s. 27-31.

⁷⁹⁾ § 7 er ændret, se note 6.

⁸⁰⁾ Indsat ved lov nr. 384 af 10. juni 1997 (Konkurrencelov).

⁸¹⁾ § 12, stk. 4, er ændret ved lov nr. 1090 af 29. december 1999 om ændring af lov om mærkning og skiltning af pris m.v. og lov om erhvervsfremme og indeholder den i lovgivningen anvendte formulering om strafansvar for juridiske personer.

¹⁰⁰⁾ Lov om priser og avancer, jf. lovbekendtgørelse nr. 109 af 11. marts 1986 er ophævet ved konkurrencelov, lov nr. 370 af 7. juni 1989.

¹¹¹⁾ Smykkebekendtgørelsen, hvorefter smykker var undtaget fra kravet om prismærkning.

¹²¹⁾ § 2 i lov nr. 1090 af 29. december 1999 om ændring af lov om mærkning og skiltning af pris m.v. og lov om erhvervsfremme ændrer § 10, stk. 1, i lov om erhvervsfremme, jf. lovbekendtgørelse nr. 323 af 25. april 1996, som ændret ved § 12 i lov nr. 1202 af 27. december 1996 og lov nr. 1085 af 29. december 1997. juni 1994 om ændring af lov om mærkning og skiltning af pris m.v.

Oversigt over bekendtgørelser mv., der er udstedt med hjemmel i prismærknings- og konkurrenceloven

Bekendtgørelser (offentliggjort i Lovtidende A):

- Bekendtgørelse nr. 866 af 18. september 2000 om oplysning om salgspris og enhedspris for forbrugsvarer.
 - Vejledning til bekendtgørelse om prismærkning
 - Dispensationer fra enhedsprismærkning
- Forbrugerstyrelsens bekendtgørelse nr. 626 af 28. juni 1996 om ophævelse af bekendtgørelse om skiltning med pris for visse restaurationsvarer og bekendtgørelse om prisskiltning i frisørsaloner.
- Forbrugerstyrelsens bekendtgørelse nr. 500 af 22. juni 1995 om prisskiltning for motorbrændstof.
- Forbrugerstyrelsens bekendtgørelse nr. 866 af 12. oktober 1994 om skiltning med organiseret rabat eller anden særlig fordel.
- Forbrugerstyrelsens bekendtgørelse nr. 237 af 30. marts 1994 om skiltning med gebyrer og valutakurser i pengeinstitutter m.m.
- Forbrugerstyrelsens bekendtgørelse nr. 901 af 29. november 1993 om volumenstørrelser for vin, druemost og spiritus mv.
- Forbrugerstyrelsens bekendtgørelse nr. 1228 af 21. december 1992 om oplysning til forbrugere i ekspeditionslokaler, i annoncer mv. om renter og andre kreditomkostninger.
- Forbrugerstyrelsens bekendtgørelse nr. 902 af 12. november 1992 om oplysning til forbrugere i ekspeditionslokaler, i annoncer mv. om indlånsrenter, afkast af indskud på gevinstkonti samt udlånsrenter og andre kreditomkostninger i pengeinstitutter.
- Forbrugerstyrelsens bekendtgørelse nr. 7 af 3. januar 1991 om skiltning med pris for autoreparationer.

Monopoltilsynets bekendtgørelser (ikke offentliggjort i Lovtidende A):

- Monopoltilsynets bekendtgørelse MT nr. 8-88 om mærkning og skiltning i trælasthandler, tømmerhandler og byggemarkeder.
- Monopoltilsynets bekendtgørelse MT nr. 3-88 om mærkning med nettomængde af færdigpakninger af vaske- og rengøringsmidler, pudse- og poleremidler, husholdningskemikalier, malevarer, strikkegarn og vat.
- Monopoltilsynets bekendtgørelse MT nr. 2-88 om mærkning eller skiltning samt annoncering med kortvarige generelle prissættelser for varer.
- Monopoltilsynets bekendtgørelse MT nr. 21-85 om mærkning med nettomængde af færdigpakninger i rulleform af køkkenruller, toiletpapir, husholdningsfolie af plast og aluminium, bagepapir og madpapir.
- Monopoltilsynets bekendtgørelse MT nr. 7-84 om skiltning med priser for telefonering.
- Monopoltilsynets bekendtgørelse MT nr. 8-83 om prisskiltning på hoteller.
- Monopoltilsynets bekendtgørelse MT nr. 6-83 om mærkning og skiltning samt annoncering med priser mv. for øl og mineralvand i returflasker.
- Monopoltilsynets bekendtgørelse MT nr. 37-78 om skiltning og annoncering med priser for gulvtæpper.
- Monopoltilsynets bekendtgørelse MT nr. 18-78 om skiltning og annoncering med priser for motorkøretøjer mv.
- Monopoltilsynets bekendtgørelse MT nr. 1-78 om prisskiltning for visse tobaksvarer samt dag- og ugeblade, samt lov om faste priser for tobaksvarer.

Konkurrencerådets bekendtgørelser om fakturering efter konkurrenceloven og fra 1. januar 1998

Forbrugerstyrelsens bekendtgørelser om fakturering efter lov om mærkning og skiltning med pris mv.

- Konkurrencerådets bekendtgørelse nr. 240 af 17. april 1991 om fakturering af glarmesterarbejde.
- Konkurrencerådets bekendtgørelse nr. 849 af 13. december 1990 om fakturering af flyttearbejde.
- Konkurrencerådets bekendtgørelse nr. 848 af 13. december 1990 om faktureringsregler for formidling af annoncer og reklamer.
- Konkurrencerådets bekendtgørelse nr. 847 af 13. december 1990 om fakturering af autoreparation.
- Konkurrencerådets bekendtgørelse nr. 780 af 21. november 1990 om fakturering af vej-, jord-, kloak- og betonarbejde, murer-, tømrer- og bygningssnedkerarbejde, elektrikerarbejde samt blikkenslager- og VVS-arbejde.
- Konkurrencerådets bekendtgørelse nr. 779 af 21. november 1990 om faktureringsregler for bogførings-, regnskabs- og revisionsvirksomhed og dermed ligestillet virksomhed.
- Konkurrencerådets bekendtgørelse nr. 778 af 21. november 1990 om fakturering af malerarbejde.
- Konkurrencerådets bekendtgørelse nr. 631 af 7. september 1990 om fakturering af reparationsarbejde for husholdningsapparater til elektricitet og gas.
- Konkurrencerådets bekendtgørelse nr. 630 af 7. september 1990 om fakturering af reparationsarbejde for audio/videoprodukter (radio og tv m.m.).

Retningslinier.

- Retningslinier for flyselskabers prisoplysning.

Ovennævnte bekendtgørelser mv. kan gratis udprintes fra Forbrugerstyrelsens hjemmeside på Internettet (www.fs.dk) under »Jura« – »Forbrugerlove« – »Prisoplysninger«. Udskrift kan også bestilles telefonisk tirsdag-torsdag kl. 9-12 på telefon 7013 1330.

Lov om produktsikkerhed¹⁾

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 anvendelsesområde

§ 1. Loven gælder for ethvert produkt, der bringes i omsætning. Loven gælder endvidere for tjenesteydelser, der har tilknytning til et produkt.

Stk. 2. Loven gælder, uanset om produktet eller ydelsen tilbydes mod vederlag eller vederlagsfrit.

Stk. 3. Loven gælder ikke for produkter eller tjenesteydelser, der udveksles mellem private, eller som udelukkende fremstilles eller udføres til brug for produktionen i en erhvervsvirksomhed.

Stk. 4. Loven gælder endvidere ikke for brugte løsørestande, som, inden de skal benyttes, skal repareres eller sættes i stand, og når erhververen er gjort skriftlig opmærksom herpå, eller for antikviteter.

Stk. 5. Loven finder ikke anvendelse i det omfang, der ved eller i henhold til anden lov er fastsat bestemmelser til gennemførelse af specifikke unionsforskrifter om sikkerhedsaspekter eller risikokategorier i forbindelse med et produkt.

§ 2. Loven finder anvendelse på alle produkter og tjenesteydelser, der fremstilles, udbydes, sælges, tilbydes eller udføres her i landet, eller som er bestemt for udførsel til et andet EU-land.

Stk. 2. Loven finder ikke anvendelse på

produkter og tjenesteydelser, der udføres til et land uden for EU, medmindre andet er hjemlet i international aftale eller følger af regler fastsat af industri- og samordningsministeren.

Kapitel 2

Definitioner

Produkt

§ 3. Ved et produkt forstås enhver løsørestand, uanset om den er en råvare eller et naturprodukt. Ved et produkt forstås endvidere fast ejendom, bortset fra grunden, samt bestanddele og tilbehør til den faste ejendom.

Producent

§ 4. Som producent anses den, der

- 1) fremstiller et produkt eller et delprodukt,
- 2) bringer en råvare eller et naturprodukt i omsætning,
- 3) udgiver sig for at være produktets fabrikant ved at anbringe sit navn, mærke eller andet kendetegn på et produkt,
- 4) sætter et produkt i stand.

Stk. 2. Som producent anses endvidere den, der repræsenterer en producent som angivet i stk. 1, når denne ikke er etableret i EU. Hvis en repræsentant for producenten ikke er etableret i EU, anses importøren for producent.

¹⁾ Loven indeholder bestemmelser, der gennemfører Rådets direktiv nr. 92/59, EF-Tidende 1992 L. 228 s. 24.

Stk. 3. Andre erhvervsdrivende anses som producenter i det omfang, deres virksomhed påvirker de sikkerhedsmæssige egenskaber ved et produkt.

Distributør

§ 5. Som distributør anses den, der uden at påvirke produktets sikkerhedsmæssige egenskaber er et led i afsætningskæden.

Stk. 2. Som distributør anses ligeledes den, der bringer en fast ejendom i omsætning.

Sikkert produkt

§ 6. Et produkt er sikkert, hvis det ikke indebærer sundheds- og sikkerhedsfare for personer eller ejendom, når det anvendes til det forudsatte formål eller på en måde, som det forventes at blive anvendt på.

Stk. 2. Et produkt anses ikke for at være farligt, alene fordi det er muligt at forøge sikkerheden, eller fordi det er muligt at skaffe et andet og mere sikkert produkt.

Stk. 3. Stk. 1 og 2 gælder tilsvarende for tjenesteydelser.

§ 7. I det omfang et produkt er konstrueret og fremstillet eller en tjenesteydelse er udført i overensstemmelse med de sundheds- og sikkerhedskrav, der er fastsat i lovgivningen, anses produktet i henseende til disse sikkerhedsaspekter for sikkert.

Stk. 2. Er der ikke i lovgivningen fastsat sundheds- og sikkerhedskrav, vurderes et produkts eller en tjenesteydelses sikkerhed i forhold til

- 1) en dansk standard, der er baseret på en harmoniseret europæisk standard, eller tekniske specifikationer på unionsplan eller i mangel heraf
- 2) en dansk standard eller i mangel heraf
- 3) det aktuelle tekniske niveau samt den sikkerhed, som brugerne med rimelighed kan forvente, eller i mangel heraf
- 4) god forretningsskik inden for det pågældende område.

Stk. 3. I det omfang der i EF-retten eller med hjemmel heri er fastsat harmoniserede

sikkerhedskrav til produkter eller tjenesteydelser, træder disse i stedet for tilsvarende sikkerhedskrav i de i stk. 1 og 2 anførte forskrifter.

Kapitel 3

Omsætning og fremstilling

§ 8. Kun sikre produkter må bringes i omsætning, ligesom tjenesteydelser kun må udføres, hvis de er sikre.

Stk. 2. Enhver, der bringer eller har bragt et produkt i omsætning, skal inden for rammerne af sin virksomhed træffe alle rimelige foranstaltninger for at hindre fare for person eller ejendom. Tilsvarende gælder for tjenesteydelser.

§ 9. Det påhviler enhver, der bringer et produkt i omsætning eller udfører en tjenesteydelse, på en egnet måde at oplyse om en eventuel risiko for fare og om, hvorledes den kan forebygges. Sådant oplysning fritager ikke i sig selv for lovens øvrige krav.

Stk. 2. Det påhviler producenten og distributøren inden for rammerne af vedkommentes virksomhed at træffe de nødvendige forholdsregler for at undgå, at farlige produkter bringes i omsætning. Dette kan ske ved mærkning af produktet, ved stikprøvekontrol med produkter, der er bragt i omsætning, og ved behandling af klager samt videregivelse af oplysninger om fare ved produkterne.

Stk. 3. Såfremt foranstaltninger efter stk. 1 og 2 ikke er tilstrækkelige, påhviler det producenten og distributøren inden for rammerne af deres virksomhed at trække produktet tilbage fra markedet.

Kapitel 4

Markedskontrol

§ 10. Kontrolmyndigheden fører tilsyn med, at produkter og tjenesteydelser er sikre. Ethvert led i omsætningen skal i fornødent omfang medvirke til kontrollen.

§ 11. Udgør et produkt, som endnu ikke er bragt i omsætning, eller en tjenesteydelse,

som endnu ikke er udført, en sundheds- eller sikkerhedsrisiko, kan kontrolmyndigheden bestemme,

- 1) at et produkt kun må bringes i omsætning eller en tjenesteydelse kun må udføres med nærmere angivne oplysninger om de farer, der kan være forbundet med produktet eller tjenesteydelsen,
- 2) at et produkt eller et parti af et produkt ikke må bringes i omsætning eller en tjenesteydelse ikke må udføres, hvis der til disse er knyttet en fare, medmindre nærmere angivne krav til produktet eller tjenesteydelsen er opfyldt,
- 3) at det midlertidigt, så længe det er nødvendigt med henblik på gennemførelse af kontrolforanstaltninger, forbydes, at et produkt eller et parti heraf eller en tjenesteydelse tilbydes, leveres eller udstilles, hvis der er forbundet fare hermed,
- 4) at et produkt ikke må bringes i omsætning eller en tjenesteydelse ikke må udføres, hvis der til produktet eller tjenesteydelsen er knyttet en fare og oplysninger eller krav efter nr. 1, 2 eller 3 må anses for utilstrækkelige.

§ 12. Hvis et produkt eller en tjenesteydelse, der udgør en fare, er bragt i omsætning eller udført, kan kontrolmyndigheden påbyde enhver, der har bragt produktet i omsætning eller udført tjenesteydelsen, straks eller inden for en nærmere frist inden for rammerne af vedkommendes virksomhed

- 1) efterfølgende at give oplysninger om faren ved produktet eller tjenesteydelsen og om, hvordan faren kan forebygges,
- 2) at afhjælpe forhold, som er årsag til faren,
- 3) at trække produktet tilbage,
- 4) at destruere produktet på forsvarlig måde.

Stk. 2. Enhver, der har været led i omsætningen fra det tidspunkt, hvor faren er opstået, kan påbydes at medvirke til at gennemføre et påbud vedrørende et produkt eller en tjenesteydelse, som er meddelt en anden erhvervsdrivende i henhold til denne bestemmelse.

Stk. 3. I tilfælde, hvor der meddeles påbud om, at et produkt skal trækkes tilbage i medfør af stk. 1, nr. 3, eller destrueres i medfør

af stk. 1, nr. 4, gælder fristen i §§ 54 og 83 i købeloven ikke.

§ 13. Kontrolmyndighederne kan, når det skønnes påkrævet, ved bekendtgørelse forbyde forhandling af og annoncering med produkter og tjenesteydelser, som ikke er sikre.

Stk. 2. Kontrolmyndigheden kan i forbindelse med et påbud eller forbud i henhold til § 12, stk. 1, eller § 13, stk. 1, bestemme, at indehaveren af et produkt på nærmere angiven måde skal medvirke til, at produkter repareres eller tages tilbage.

Stk. 3. Hvis produktet eller tjenesteydelsen, uagtet det overholder kravene i § 7, stk. 1 og 2, af kontrolmyndigheden skønnes at indebære fare for sundhed eller sikkerhed, kan myndigheden bestemme, at produktet enten ikke må bringes i omsætning eller tjenesteydelsen ikke må udføres, eller at dette kun må ske under bestemte vilkår, eller at produktet skal trækkes tilbage.

§ 14. Kontrolmyndighederne kan, når der er behov herfor, oplyse offentligheden om faren ved et produkt eller en tjenesteydelse.

Kapitel 5

Sikkerhedskrav til legetøj og produkter, som på grund af deres ydre fremtræden kan forveksles med levnedsmidler

§ 15. Industri- og samordningsministeren 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.

- § 16. I regler, der er udstedt i medfør af § 15, kan der endvidere fastsættes regler om
- 1) forbud mod fremstilling og udbud, herunder forbud mod indførsel til Danmark,
 - 2) krav vedrørende fremstilling i overensstemmelse med standarder, vedrørende typegodkendelse samt vedrørende mærkning,
 - 3) betaling af gebyr for typegodkendelser,
 - 4) betaling af omkostninger forbundet med myndighedskontrol, såfremt det i forbin-

delse med kontrollen konstateres, at legetøjet ikke opfylder de væsentlige sikkerhedskrav eller ikke er fremstillet i overensstemmelse med standarderne eller en godkendt prototype.

5) udstedelse af påbud om tilbagekøb.

Kapitel 6

Lovens administration

§ 17. Kontrolmyndigheden forestår kontrollen med produkters og tjenesteydelsers sikkerhed efter denne lov.

Stk. 2. Forbrugerstyrelsen varetager opgaven som kontrolmyndighed efter denne lov, medmindre andet følger af § 18. Styrelsen forestår endvidere koordineringen af kontrolmyndighedernes arbejde.

§ 18. Såfremt der i eller i henhold til anden lovgivning er fastsat bestemmelser om forebyggelse af fare ved særlige produkter eller tjenesteydelser, udøver den myndighed, der påser overholdelsen af denne lovgivning, tillige beføjelserne som kontrolmyndighed efter nærværende lov, for så vidt angår disse produkter eller tjenesteydelser. Den minister, under hvis forretningsområde den anden lovgivning henhører, kan fastsætte regler om sagsbehandling og klageadgang, der afviger fra bestemmelserne i denne lov.

Stk. 2. Såfremt der ikke i særlig lov er fastsat bestemmelser om sikkerhed, kan industri- og samordningsministeren efter forhandling med de berørte myndigheder ved bekendtgørelse overføre beføjelser i henhold til denne lov til en anden myndighed.

§ 19. Tilsyns-, godkendelses- og kontrolforanstaltninger efter kapitel 5 udføres af dertil af industri- og samordningsministeren bemyndigede statslige eller kommunale myndigheder eller private foretagender.

Stk. 2. Forbud og påbud i henhold til kapitel 5 meddeles af Forbrugerstyrelsen. Styrelsen kan bemyndige de i stk. 1 nævnte myndigheder til at udstede forbud eller påbud.

§ 20. Kontrolmyndigheden kan af egen drift eller efter anmeldelse optage en sag til

behandling. Kontrolmyndigheden kan bestemme, at en anmeldelse ikke skal behandles, hvis myndigheden finder, at der ikke skønnes at være et tilstrækkeligt grundlag til at optage anmeldelsen.

Stk. 2. Forvaltningslovens regler om parts-høring finder anvendelse på foranstaltninger, som er omfattet af denne lov. Såfremt kontrolmyndigheden i sager af hastende karakter foretager indgreb uden at have hørt den berørte part, skal der gives denne mulighed for at udtale sig snarest mulig efter, at den pågældende foranstaltning er iværksat.

§ 21. Kontrolmyndigheden kan kræve meddelt alle oplysninger, som skønnes nødvendige for myndighedens virksomhed, herunder til afgørelse af, om et forhold falder ind under lovens bestemmelser.

Stk. 2. Lov om offentlighed i forvaltningen finder ikke anvendelse på oplysninger, der er indhentet

- 1) til brug for myndighedens kontrol af virksomhedernes egenkontrol,
- 2) gennem den offentlige kontrol, der svarer hertil, eller
- 3) om virksomhedernes kvalitetscertificering.

§ 22. Kontrolmyndigheden har adgang til uden betaling at udtage prøveeksemplarer af produktet eller bestanddele heraf med henblik på undersøgelser og afprøvninger. Kontrolmyndigheden har uden retskendelse mod behørig legitimation adgang til fabrikations-, salgs- og lagerlokaler mv. og transportmidler, som tilhører nogen, der omfattes af §§ 4 og 5.

Stk. 2. Politiet yder kontrolmyndigheden bistand. Justitsministeren kan efter forhandling med industri- og samordningsministeren fastsætte nærmere regler herom.

Stk. 3. Kontrolmyndigheden afholder udgifterne til indhentelse af sagkyndige erklæringer, som myndigheden skønner nødvendige til afgørelsen af, om et påbud eller forbud skal udstedes. Udgifterne hertil kan kræves refunderet af den, som har fået meddelt et påbud eller forbud.

§ 23. En kontrolmyndigheds afgørelse efter denne lov kan ikke indbringes for anden administrativ myndighed, jf. dog § 18.

Stk. 2. Påbud eller forbud udstedt i medfør af §§ 12 og 13 skal af kontrolmyndigheden uden unødigt ophold indbringes for domstolene, hvis den, mod hvem forbudet eller påbudet retter sig, gør indsigelse.

Stk. 3. Retten kan bestemme, at indbringelse som nævnt i stk. 2 har opsættende virkning.

§ 24. Forbrugerstyrelsen skal straks af kontrolmyndigheden have underretning om væsentlige foranstaltninger vedrørende produktets sikkerhed truffet i medfør af § 11, nr. 2-4, § 12, stk. 1, nr. 2-4, og § 13, stk. 1 og 3., i denne lov eller efter anden lovgivning. Forbrugerstyrelsen underretter Kommissionen for Den Europæiske Union om foranstaltninger truffet i medfør af loven, i det omfang det kræves efter Rådsdirektiv 92/59 EØF.

§ 25. Industri- og samordningsministeren fastsætter nærmere regler om lovens administration, herunder efter forhandling med de berørte ministre om formen for koordination af kontrolmyndighedens indsats.

Stk. 2. Industri- og samordningsministeren kan overlade beføjelserne efter stk. 1 til kontrolmyndigheden.

Stk. 3. Industri- og samordningsministeren kan endvidere fastsætte de regler, der er nødvendige for den fremtidige gennemførelse eller anvendelse her i landet af Den Europæiske Unions retsakter om produktsikkerhed. For så vidt angår retsakter, der vedrører produkter, der henhører under andre ministeriers ressort, fastsættes reglerne af den pågældende minister.

Kapitel 7

Domstolsbehandling

§ 26. Sager, der er omfattet af denne lov, behandles ved byretten. Såfremt nærmere kendskab til produktsikkerhedsforhold skønnes at være af væsentlig betydning for sagens afgørelse, behandles sagen dog ved Sø- og Handelsretten i København.

Stk. 2. Rejses tiltale ved Sø- og Handelsretten i København for overtrædelse af loven,

jf. stk. 1, kan udførelsen af tiltalen, jf. retsplejelovens § 105, stk. 3, overlades til Forbrugerstyrelsen.

Kapitel 8

Straffebestemmelser mv.

§ 27. Medmindre højere straf er forskyldt efter anden lovgivning, straffes den, som forsætligt overtræder § 8, stk. 1, med bøde.

Stk. 2. Medmindre højere straf er forskyldt efter anden lovgivning, straffes den, der ved forsæt eller grov uagtsomhed eller gentagne gange undlader at efterkomme et påbud eller overtræder et forbud efter §§ 11 og 12, med bøde.

Stk. 3. Undladelse af at meddele kontrolmyndigheden en i henhold til § 21 afkrævet oplysning straffes med bøde.

Stk. 4. Industri- og samordningsministeren kan i forskrifter udstedt i medfør af §§ 13 og 15 fastsætte straf af bøde for overtrædelse af bestemmelser i forskrifterne.

§ 28. Er en overtrædelse begået af et selskab, en forening, en selvejende institution, en fond eller lignende, kan der pålægges den juridiske person som sådan bødeansvar. Er overtrædelsen begået af staten, en kommune eller et kommunalt fællesskab, jf. § 60 i lov om kommunernes styrelse, kan der pålægges staten, kommunen eller det kommunale fællesskab bøde.

§ 29. I lov om rettens pleje, jf. lovebkendtgørelse nr. 905 af 10. november 1992, som ændret ved lov nr. 469 af 30. juni 1993, foretages følgende ændring:

§ 105, stk. 3, affattes således:

»*Stk. 3.* Justitsministeren kan beskikke Forbrugerombudsmanden og ansatte i Forbrugerstyrelsen til at udføre tiltale for Sø- og Handelsretten og byretterne i sager vedrørende lov om markedsføring. Ansatte i Forbrugerstyrelsen kan beskikkes til at udføre tiltale ved Sø- og Handelsretten i sager vedrørende lov om produktsikkerhed.«

Kapitel 9*Ikrafttrædelsesbestemmelser og
overgangsbestemmelser*

§ 30. Loven træder i kraft den 15. juni 1994.

Stk. 2. Samtidig ophæves §§ 12 a og 12 b samt § 15, stk. 2 og 3, og § 19, stk. 6, i lov om markedsføring, jf. lovbekendtgørelse nr. 594 af 27. juni 1992.

Stk. 3. De bestemmelser, der er fastsat efter § 12 a i lov om markedsføring, forbliver i kraft, indtil de ophæves eller afløses af bestemmelser fastsat i henhold til denne lov.

§ 31. Loven gælder ikke for Færøerne og Grønland.

Givet på Christiansborg Slot, den 18. maj 1994

Under Vor Kongelige Hånd og Segl

I Dronningens Navn:
FREDERIK
Kronprins

/ Mimi Jakobsen

Oversigt over bekendtgørelser, der er udstedt med hjemmel i produktsikkerhedsloven

- Forbrugerstyrelsens bekendtgørelse nr. 76 af 15. februar 1996 om stabilitetskrav til gulvlysestager.
- Forbrugerstyrelsens bekendtgørelse nr. 329 af 23. maj 1995 om sikkerhedskrav til legetøj og produkter, som på grund af deres ydre fremtræden kan forveksles med levnedsmidler.
- Forbrugerstyrelsens vejledning til legetøjsbekendtgørelsen.
- Erhvervsministeriets bekendtgørelse nr. 891 af 26. oktober 1994 om koordinationen af produktsikkerhedsloven.

Ovennævnte bekendtgørelser mv. kan gratis udprintes fra Forbrugerstyrelsens hjemmeside på Internettet (www.fs.dk) under »Jura« – »Forbrugerlove« – »Produktsikkerhed«. Udskrift kan også bestilles telefonisk tirsdag-torsdag kl. 9-12 på telefon 7013 1330.

Sammenskrivning af lov om en rejsegarantifond

Denne datasammenskrivning omfatter lov nr. 315 af 14. maj 1997 om en rejsegarantifond med de ændringer, der følger af § 2 i lov nr. 164 af 15. marts 2000.

Kapitel 1

Lovens anvendelsesområde og definitioner

Fonden

§ 1. Rejsegarantifonden er en privat selvejende institution, der skal yde kunder bistand. Fonden yder bistand i henhold til §§ 5 og 6, når en kunde har indgået aftale om et rejsearrangement med en registreringspligtig arrangør eller formidler for en udenlandsk arrangør, jf. dog § 21.

Rejsearrangement og flycharterrejse

§ 2. Ved et rejsearrangement forstås:

- 1) En pakkerejse, som består af en kombination af mindst to af følgende elementer, såfremt de af arrangøren udbydes samlet eller har været udbudt på forhånd og sælges samlet, og såfremt den samlede ydelse har en varighed på over 24 timer eller omfatter overnatning:
 - a) Transport.
 - b) Indkvartering.
 - c) Anden turistmæssig ydelse, der ikke er direkte knyttet til transport eller indkvartering, men som udgør en væsentlig del af pakkerejsen.
- 2) En ydelse, der omfatter transport og indkvartering, som er aftalt med samme arrangør eller formidler, men som ikke er omfattet af nr. 1.
- 3) Transport og anden turistmæssig ydelse, som ikke har en varighed over 24 timer, men har en samlet pris på over 1.000 kr.

Stk. 2. Særskilt fakturering af de i stk. 1 nævnte elementer medfører ikke, at kombinationen af disse falder uden for loven.

Stk. 3. Ved en flycharterrejse forstås et rejsearrangement, hvor transporten foregår med fly, og som udbydes efter et forud fast-

lagt program med mindst 30 rejser pr. afgang.

Arrangør og formidler

§ 3. Som arrangør anses enhver, der i eget navn til kunder udbyder eller sælger rejsearrangementer direkte eller gennem en formidler, medmindre denne virksomhed alene udøves lejlighedsvis.

Stk. 2. Som formidler anses enhver, der udbyder eller sælger et rejsearrangement i arrangørens navn.

Kunde

§ 4. Som kunde anses enhver, der køber, eller i hvis navn der købes et rejsearrangement. Overdrager kunden rejsearrangementet, anses tillige den, der får overdraget rejsearrangementet, som kunde. Den, der køber et rejsearrangement med henblik på erhvervmæssigt videresalg, anses dog ikke som kunde.

Kapitel 2

Fondens bistand til kunder og fondens regreskrav

Dækningsområde

§ 5. Når en kunde har indgået en aftale om et rejsearrangement, kan kunden få beløb, der er erlagt som betaling for et arrangement, godtgjort af fonden, hvis arrangørens økonomiske forhold har medført, at et rejsearrangement ikke kan påbegyndes. Hvis rejsearrangementet af samme grund afbrydes, kan kunden kræve godtgørelse fra fonden for den del af vederlaget, som svarer til de ydelser, der ikke er opfyldt over for kunden.

Stk. 2. Medfører en arrangørs økonomi-

ske forhold, at der ikke er sikret kunden passende hjemtransport, skal fonden inden rimelig tid sørge herfor.

Stk. 3. Medfører en arrangørs økonomiske forhold, at der ikke er sikret kunden passende overnatningsmuligheder samt andre væsentlige fornødenheder, skal fonden sørge herfor eller yde en rimelig godtgørelse.

Stk. 4. Fonden kan endvidere yde kunden en rimelig godtgørelse for tab, der skyldes en arrangørs økonomiske forhold.

Stk. 5. Fonden kan yde en godtgørelse til en formidler, der som følge af en arrangørs økonomiske forhold har opfyldt kundens krav, jf. § 28, stk. 1, i lov om pakkerejser.

Stk. 6. Fonden kan medvirke til, at rejsearrangementer gennemføres, såfremt fonden skønner, at den derved vil opnå en væsentlig økonomisk besparelse.

Frist for fremsættelse af krav

§ 6. Anmodning fra kunden om godtgørelse i henhold til § 5 skal fremsættes over for fonden inden rimelig tid, dog senest 1 år efter, at rejsen er afsluttet eller det er åbenbart, at rejsen ikke vil blive gennemført.

Regreskrav m.v.

§ 7. Fonden indtræder i kundens krav, i det omfang den har fyldestgjort disse. Fonden har ret til at få de udgifter, som den har afholdt i forbindelse med hjemtransport og anden bistand, jf. § 5, stk. 2-5, godtgjort.

Stk. 2. Fonden indtræder dog kun i kundens krav imod en formidler, såfremt denne har pådraget sig ansvar over for kunden på andet grundlag end § 28, stk. 1, i lov om pakkerejser.

Stk. 3. Såfremt vederlaget for et rejsearrangement dækkes helt eller delvis ved lån indrømmet kunden af en tredjemand på grundlag af en aftale herom mellem denne og arrangøren eller formidleren for en udenlandsk arrangør, indtræder fonden i kundens krav efter kreditaftaleloven, i det omfang fonden har fyldestgjort disse.

Stk. 4. Fonden kan, i det omfang den har ydet kunder godtgørelse, hjemtransport eller anden bistand, søge sig fyldestgjort i det garantibeløb, der er stillet af formidleren for en udenlandsk arrangør, jf. § 8, stk. 3. Er ga-

ranti ikke stillet af formidleren, hæfter denne for et beløb svarende til det beløb, der burde være stillet i garanti.

Stk. 5. Enhver, der formidler rejsearrangementer for en registreringspligtig arrangør, der i strid med bestemmelsen i § 8, stk. 3, ikke har stillet garanti, er ansvarlig for det beløb, der burde være stillet i garanti.

Stk. 6. Den, der til en arrangør har solgt et rejsearrangement med henblik på videre salg, hæfter over for fonden for gennemførelsen af rejsearrangementet, såfremt den pågældende indså eller burde have indset, at der kunne være risiko for, at arrangøren ikke ville kunne gennemføre arrangementet.

Kapitel 3

Arrangørers og formidlers anmeldelse og registrering i fonden, garantistillelse og betaling af bidrag

Anmeldelse, registrering og garantistillelse

§ 8. Arrangører og formidlere for udenlandske arrangører skal foretage anmeldelse til Rejsegarantifonden, som registrerer og underretter de pågældende om optagelsen i registeret.

Stk. 2. Arrangører og formidlere for udenlandske arrangører må kun udbyde og sælge rejsearrangementer, såfremt de er registreret i Rejsegarantifonden.

Stk. 3. Det er en betingelse for registrering, at arrangøren eller formidleren for den udenlandske arrangør over for fonden stiller en garanti, der er afhængig af dennes omsætning, i overensstemmelse med bestemmelserne i stk. 4-6. Garantien skal stilles i et pengeinstitut, i et forsikringsselskab, ved kontant deponering eller ved deponering af andre tilsvarende aktiver. Erhvervsministeren fastsætter nærmere regler om, hvilke andre tilsvarende aktiver end kontante beløb der kan deponeres. Garantibeløbet skal af fonden kunne kræves indbetalt til dækning af krav, som fonden får mod arrangøren eller formidleren for en udenlandsk arrangør.

Stk. 4. Ved omsætning i stk. 3, 1. pkt., forstås den de seneste 4 kvartaler til kunderne fakturerede omsætning ved salg af de i loven omfattede rejsearrangementer.

Stk. 5. Garantiens størrelse skal stilles i overensstemmelse med følgende, jf. dog stk. 6 og § 23, stk. 2:

- 1) Ved en omsætning på ikke over 15 mio. kr. er garantien 300.000 kr.
- 2) Ved en omsætning på mere end 15 mio. kr., men ikke over 50 mio. kr., er garantien 1,0 mio. kr.
- 3) Ved en omsætning på mere end 50 mio. kr., men ikke over 100 mio. kr., er garantien 1,5 mio. kr.
- 4) Ved en omsætning på mere end 100 mio. kr., men ikke over 250 mio. kr., er garantien 2,0 mio. kr.
- 5) Ved en omsætning på mere end 250 mio. kr. er garantien 2,5 mio. kr.

Stk. 6. Udgør flycharterrejseomsætningen 50 pct. eller derover, skal garantiens størrelse stilles i overensstemmelse med følgende, jf. dog § 23, stk. 2:

- 1) Ved en omsætning på ikke over 10 mio. kr. er garantien 300.000 kr.
- 2) Ved en omsætning på mere end 10 mio. kr., men ikke over 25 mio. kr., er garantien 1 mio. kr.
- 3) Ved en omsætning på mere end 25 mio. kr., men ikke over 50 mio. kr., er garantien 1,5 mio. kr.
- 4) Ved en omsætning på mere end 50 mio. kr., men ikke over 100 mio. kr., er garantien 2,5 mio. kr.
- 5) Ved en omsætning på mere end 100 mio. kr., men ikke over 150 mio. kr., er garantien 5 mio. kr.
- 6) Ved en omsætning på mere end 150 mio. kr., men ikke over 200 mio. kr., er garantien 7,5 mio. kr.
- 7) Ved en omsætning på mere end 200 mio. kr., men ikke over 300 mio. kr., er garantien 10 mio. kr.
- 8) Ved en omsætning på mere end 300 mio. kr., men ikke over 500 mio. kr., er garantien 15 mio. kr.
- 9) Ved en omsætning på mere end 500 mio. kr., men ikke over 700 mio. kr., er garantien 25 mio. kr.
- 10) Ved en omsætning på mere end 700 mio. kr. er garantien 30 mio. kr.

Stk. 7. Almennyttige foreninger m.v., der som et led i deres virksomhed udbyder rejsearrangementer, skal ikke stille garanti. Dette

gælder dog kun, såfremt rejsevirkomheden udgør en mindre del af foreningens almennyttige aktiviteter.

Stk. 8. Formidleren for en udenlandsk arrangør skal ikke stille garanti eller betale bidrag, såfremt garantien for de af formidleren solgte rejsearrangementer opfylder betingelserne i en af et andet EU- eller EØS-land godkendt ordning.

Stk. 9. En arrangør eller formidler for en udenlandsk arrangør, der er dømt eller har vedtaget en bøde for overtrædelse af stk. 2, kan ikke registreres i fonden, før fondens krav i medfør af § 7 og § 9, stk. 2, er betalt.

Bidrag til Rejsegarantifonden

§ 9. Arrangører og formidlere for udenlandske arrangører skal til fonden betale et bidrag på 5 kr. pr. deltager i et rejsearrangement, der er omfattet af fondens dækning.

Stk. 2. Har en arrangør eller formidler for en udenlandsk arrangør uden at være registreret i henhold til § 8 solgt rejsearrangementer, kan fonden afkræve arrangøren eller formidleren de bidrag med påløbne renter m.v., som skulle have været betalt efter stk. 1.

Kapitel 4

Fondens bestyrelse, vedtægter og beføjelser

Sammensætning

§ 10. Fondens bestyrelse består af en formand og 4 medlemmer, der udnævnes af erhvervsministeren. Af de 4 medlemmer repræsenterer 2 de i fonden registrerede og 2 kunderne. Bestyrelsen og en stedfortræder for formanden udnævnes for 3 år.

Regnskab

§ 11. Bestyrelsen afgiver inden 6 måneder efter et kalenderårs udløb et af Rigsrevisionen revideret regnskab for det forløbne år med beretning om fondens virksomhed til erhvervsministeren.

Vedtægter og forretningsorden m.v.

§ 12. Fondens vedtægter og bestyrelsens forretningsorden fastsættes af bestyrelsen og skal være godkendt af erhvervsministeren.

Vedtægterne skal indeholde bestemmelser om anbringelse af fondens midler.

Stk. 2. Omkostningerne ved fondens administration afholdes af fonden.

Oplysninger

§ 13. Fonden kan af enhver forlange alle oplysninger, som skønnes nødvendige for at sikre, at loven overholdes, herunder til afgørelse af, om et forhold falder ind under lovens bestemmelser, eller for at undgå, at fonden lider tab. Fonden kan kræve dokumentation for oplysninger, som afgives i henhold til 1. pkt.

Nedsat garantistillelse og bidrag

§ 14. Fonden kan fastsætte bestemmelser om, at garantien eller bidraget nedsættes eller bortfalder for en arrangør eller formidler for en udenlandsk arrangør,

- 1) når omsætningen er under mindstegarantistillelsen, jf. § 8, stk. 5, nr. 1, og stk. 6, nr. 1,
- 2) for rejsearrangementer, hvori der ikke indgår transport, jf. § 2, stk. 1, litra a, eller
- 3) for andre særlige typer af rejsearrangementer.

Stk. 2. Fonden kan bestemme, at garanti og bidrag i særlige tilfælde nedsættes eller bortfalder.

Kapitel 5

Slettelse af registrering og krav om forhøjet garantistillelse

Fyldestgørelse i garantien

§ 15. Har fonden søgt sig fyldestgjort i den af en arrangør eller formidler for en udenlandsk arrangør stillede garanti, slettes arrangøren eller formidlerens registrering i fonden, medmindre den stillede garanti er tilstrækkelig til at dække fondens fordringer og garantien inden en af fonden fastsat frist bringes op på den i § 8, stk. 5 og 6, nævnte størrelse, jf. dog § 19.

Opsigelse og ophør

§ 16. Opsiges en stillet garanti, eller ophører en registreret arrangør eller formidler for en udenlandsk arrangør med at drive

virksomhed, slettes registreringen, og den stillede garanti frigives, når det må anses for udelukket, at krav fra kunder vil fremkomme.

Manglende garantistillelse eller betaling af bidrag m.v.

§ 17. Undlader en registreret arrangør eller formidler for en udenlandsk arrangør at betale bidrag til fonden eller at bringe garantistillelse i overensstemmelse med § 8, stk. 5 og 6, eller § 19, eller modtager fonden ikke på forlangende de i §§ 13 og 22, stk. 3, nævnte oplysninger, kan fondens bestyrelse beslutte, at registreringen i fonden slettes, hvis forpligtelserne ikke er opfyldt inden en fastsat frist.

Stk. 2. Slettes en arrangør eller formidler for en udenlandsk arrangør i medfør af stk. 1, kan den stillede garanti først frigives, når det må anses for udelukket, at krav fra kunder vil fremkomme, og kun i det omfang garantien ikke måtte være anvendt af fonden til dækning af krav på arrangøren eller formidleren for den udenlandske arrangør for ikke indbetalte bidrag med påløbne renter.

Genoptagelse

§ 18. En arrangør eller formidler for en udenlandsk arrangør, hvis registrering er slettet i medfør af §§ 15 eller 17, stk. 1, kan først optages på ny i registret, når arrangøren eller formidleren for den udenlandske arrangør har betalt skyldige beløb til fonden og har givet de af fonden forlangte oplysninger.

Forhøjet garantistillelse

§ 19. Fonden kan kræve forhøjet garantistillelse af en arrangør eller en formidler for en udenlandsk arrangør, når en ejer af virksomheden eller den person, der reelt driver virksomheden, og som er knyttet til ejeren på samme måde som fastsat i aktieselskabslovens § 115, stk. 1, 2. pkt., eller et medlem af virksomhedens bestyrelse eller direktion inden for de seneste 5 år har været ejer af eller medlem af bestyrelsen eller direktionen i en anden virksomhed, som inden for dette tidsrum ikke rettidigt har betalt skyldige beløb til fonden i henhold til § 7, § 9, stk. 2,

og §§ 15 og 17. Er den registreringspligtige et selskab m.v., anses som ejer også en person, der besidder sådanne kapitalandele i virksomheden, som henregnes til hovedaktionæraktier efter aktieavancebeskatningslovens § 11, stk. 2-4, eller et selskab m.v., der besidder sådanne kapitalandele i virksomheden, som er omhandlet i kursgevinstlovens § 6 B, stk. 3.

Stk. 2. Forhøjelse af garantistillelsen efter stk. 1 må kun kræves, når det må antages, at der er en særlig risiko for, at fonden vil lide yderligere tab.

Stk. 3. Fonden kan kræve forhøjet garantistillelse af en arrangør eller formidler for en udenlandsk arrangør, hvis denne øger fondens risiko ved at modtage forudbetalinger, som væsentligt afviger fra det sædvanlige for rejsearrangementer af den pågældende art.

Stk. 4. Bortfalder den i stk. 2 og 3 omtalte risiko, skal fonden på begæring nedsætte garantistillelsen.

Kapitel 6

Lovens internationale anvendelsesområde m.v.

Registreringspligt

§ 20. Pligten til at lade sig registrere omfatter her i landet etablerede arrangører og formidlere for udenlandske arrangører.

Fondens dækning

§ 21. Fonden dækker ikke rejsearrangementer, der er markedsført og solgt i udlandet. Registreringspligtige arrangørers og formidlers salg af rejsearrangementer i udlandet er dog dækket, såfremt rejsearrangementet indeholder grænseoverskridende transport og udgår fra Danmark.

Stk. 2. Et rejsearrangement anses for markedsført og solgt i udlandet, såfremt

- 1) arrangøren eller en formidler har modtaget kundens bestilling i udlandet eller
- 2) der i udlandet er fremsat særligt tilbud over for kunden eller er foretaget reklamer og kunden derefter i udlandet har foretaget de handlinger, der er nødvendige for aftalens indgåelse.

Krav om tilstrækkelig garanti

§ 22. Enhver her i landet etableret arrangør eller formidler for en udenlandsk arrangør, der inden for EU/EØS-området udbyder pakkerejser, jf. § 2, stk. 1, nr. 1, som ikke er dækket af fonden, jf. § 21, skal stille tilstrækkelig garanti til i tilfælde af insolvens eller konkurs at sikre tilbagebetaling af erlagte beløb og hjemtransport af kunden.

Stk. 2. Enhver, der fra udlandet markedsfører pakkerejser her i landet, skal stille tilstrækkelig garanti til i tilfælde af insolvens eller konkurs at sikre tilbagebetaling af erlagte beløb og hjemtransport af kunden. Garantistillelse, der opfylder betingelserne i en af et andet EU/EØS-land godkendt ordning, anses som tilstrækkelig.

Stk. 3. Såfremt fonden anmoder herom, skal vedkommende dokumentere, at de i stk. 1 og 2 nævnte krav om sikkerhed er stillet. Tilsvarende dokumentation skal efter anmodning gives til en udenlandsk myndighed, der fører kontrol med regler, der er fastsat til gennemførelse af Rådets direktiv 90/314/EØF om pakkerejser, herunder pakkeferier og pakketure.

Kapitel 7

Ministerens beføjelser

§ 23. Erhvervsministeren fastsætter nærmere regler til gennemførelse af loven, herunder om betaling af bidrag, betaling af rente og gebyrer i forbindelse med forsinket betaling, revisorbekræftelse af garanti og bidragspligtens omfang, registrering i fonden, garantistillelse og fondens bistand til kunder.

Stk. 2. Erhvervsministeren kan efter indstilling fra fonden, hvis prisudviklingen eller udviklingen i fondens formue tilsiger det, forhøje garantistillelsen, jf. § 8, stk. 3-6, eller forhøje eller nedsætte bidraget, jf. § 9, stk. 1.

Stk. 3. Erhvervsministeren kan med tilslutning fra Folketingets Finansudvalg stille garanti for lån optaget af fonden til opfyldelse af dens forpligtelser.

Stk. 4. Erhvervsministeren kan fra arrangører eller formidlere for udenlandske arrangører indhente de oplysninger om omsæt-

ning og forudbetalinger, der skønnes nødvendige til brug for at træffe afgørelse efter stk. 2 og 3.

Stk. 5. Såfremt prisudviklingen tilsiger det, kan erhvervsministeren forhøje den i § 2, stk. 1, nr. 3, nævnte beløbsgrænse.

Stk. 6. Erhvervsministeren kan henlægge sine beføjelser efter loven til en styrelse under Erhvervsministeriet.

Klageadgang

§ 24. Fondens afgørelser vedrørende registreringspligt og garantistillelse efter § 8, jf. §§ 2-4, § 14, stk. 2, §§ 19-21 og § 22, stk. 1 og 2, samt afgørelse vedrørende registreringspligt og garantistillelse truffet i medfør af regler fastsat efter § 14, stk. 1, og § 23, stk. 1, kan indbringes for Erhvervsankenævnet.

Kapitel 8

Straffe- og ikrafttrædelsesbestemmelser m.v.

Straf

§ 25. For så vidt højere straf ikke er foreskudt efter den øvrige lovgivning, straffes med bøde eller hæfte den, der

- 1) overtræder § 8, stk. 2,
- 2) undlader at give de af fonden og erhvervsministeren i henhold til § 13, § 22, stk. 3, og § 23, stk. 4, krævede oplysninger og dokumentation eller
- 3) afgiver urigtige eller vildledende oplysninger til fonden eller erhvervsministeren.

Stk. 2. Der kan pålægges selskaber m.v. (juridiske personer) strafansvar efter reglerne i straffelovens 5. kapitel.

Ikrafttrædelse og overgangsbestemmelser m.v.

§ 26. Loven træder i kraft den 1. juli 1997.

Stk. 2. Samtidig ophæves lov om en rejsegarantifond, jf. lovbekendtgørelse nr. 104 af 28. februar 1986.

Stk. 3. De bestemmelser, der er fastsat i medfør af lov om en rejsegarantifond, jf. lovbekendtgørelse nr. 104 af 28. februar

1986, forbliver i kraft, indtil de afløses af bestemmelser fastsat i henhold til denne lov.

Stk. 4. Arrangører og formidlere for udenlandske arrangører, der var registreret ved lovens ikrafttræden, skal senest den 1. januar 1998 stille forhøjet garanti, jf. § 8, stk. 3-6.

Stk. 5. Almennyttige foreninger m.v., som har opnået dispensation i henhold til § 7 a i lov om en rejsegarantifond, jf. lovbekendtgørelse nr. 104 af 28. februar 1986 om lov om en rejsegarantifond, som ændret ved lov nr. 454 af 30. juni 1993, skal uanset bestemmelsen i § 8, stk. 7, 2. pkt., ikke stille garanti, såfremt deres virksomhed ikke ændrer sig væsentligt.

§ 27. I lov nr. 858 af 23. december 1987 om Industriministeriets Erhvervsankenævn foretages følgende ændringer:

1. Lovens titel affattes således:

»**Lov om Erhvervsankenævnet**«

2. I § 1, stk. 1, og § 4, stk. 1, ændres »;Industriministeriets Erhvervsankenævn«; til: »;Erhvervsankenævnet«;.

3. I § 1, stk. 1, indsættes som 2. pkt.:

»;Endvidere er ankenævnet klageinstans for afgørelser truffet af Rejsegarantifonden, i det omfang det er fastsat i lov om en rejsegarantifond.«;

Færøerne og Grønland

§ 28. Loven gælder ikke for Færøerne og Grønland.

Stk. 2. Loven kan ved kongelig anordning sættes i kraft for disse landsdele med de afvigelser, som de særlige færøske og grønlandske forhold tilsiger.

Lov nr. 164 af 15. marts 2000 indeholder følgende ikrafttrædelsesbestemmelse:

§ 3.

Stk. 1. —¹⁾

Stk. 2. § 2 træder i kraft dagen efter bekendtgørelse i Lovtidende.

¹⁾ Stk. 1 angår ikrafttrædelse af en ændring af markedsføringsloven.

Lov om forbud til beskyttelse af forbrugernes interesser¹⁾

VI MARGRETHE DEN ANDEN, af Guds Nåde Danmarks Dronning, gør vitterligt: Folketinget har vedtaget og Vi ved Vort samtykke stadfæstet følgende lov:

Anvendelsesområde

§ 1. Loven finder anvendelse på de nationale regler, der gennemfører de direktiver, som er optaget på bilaget til Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 98/27/EF om søgsmål med påstand om forbud på området beskyttelse af forbrugernes interesser.

Stk. 2. Erhvervsministeren kan fastsætte, at loven finder anvendelse på direktiver, der efter ikrafttræden af denne lov optages på det i stk. 1 nævnte bilag.

Stk. 3. Loven finder anvendelse i tilfælde, hvor en erhvervsdrivende i en medlemsstat overtræder de omhandlede direktiver, således som disse er gennemført i medlemsstaternes nationale ret, og overtrædelsen har virkning i en anden medlemsstat.

Anerkendelse af søgsmålskompetence

§ 2. Udenlandske myndigheder og organisationer, som er optaget på den af Kommissionen offentliggjorte liste i De Europæiske Fællesskabers Tidende i henhold til bestemmelserne i n direktiv 98/27/EF, kan efter retsplejelovens bestemmelser anlægge søgsmål med påstand om forbud ved domstolene, jf. § 3.

Forbud

§ 3. Handlinger i strid med direktiverne optaget på det i § 1, stk. 1, nævnte bilag, således som disse er gennemført i medlemsstaternes nationale ret, kan forbydes ved dom, såfremt de er i strid med forbrugernes kollektive interesser. I forbindelse hermed

eller senere kan der ved dom træffes bestemmelser om sådanne foranstaltninger, som må anses for nødvendige for at sikre forbudets overholdelse og genoprettelse af den forud for den ulovlige handling eksisterende tilstand.

Stk. 2. Såfremt det godtgøres eller sandsynliggøres, at den erhvervsdrivende vil fortsætte den handling, der søges forbudt, og at formålet vil forspildes, hvis den udenlandske myndighed eller organisation henvises til at gøre sin ret gældende ved almindelig rettergang, kan fogedretten nedlægge forbud i henhold til reglerne i retsplejelovens kapitel 57.

Godkendelse af myndigheder og organisationer

§ 4. Erhvervsministeren kan efter forhandling med de berørte ministre udpege de danske myndigheder og organisationer, der kan anlægge søgsmål med påstand om forbud i andre medlemsstater for overtrædelse af direktiverne optaget på det i § 1, stk. 1, nævnte bilag, således som disse er gennemført i medlemsstaternes nationale ret.

Stk. 2. Erhvervsministeren kan efter forhandling med de berørte ministre fastsætte nærmere betingelser for udøvelsen af den i stk. 1 nævnte søgsmålskompetence.

Stk. 3. Erhvervsministeren meddeler Kommissionen navn på og formål for de i stk. 1 nævnte myndigheder og organisationer med henblik på optagelse på den i § 2 nævnte liste.

Repræsentation

§ 5. Erhvervsministeren kan efter forhandling med de berørte ministre bemyndige danske myndigheder til efter reglerne om mandatarer at føre sager efter § 3 på vegne af de i § 2 nævnte udenlandske myndigheder og organisationer.

Stk. 2. Erhvervsministeren kan efter forhandling med de berørte ministre fastsætte nærmere betingelser for udøvelsen af den i stk. 1 nævnte mandatarvirksomhed.

Ikrafttrædelse

§ 6. Loven træder i kraft den 1. januar 2001.

Færøerne og Grønland

§ 7. 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 Christiansborg Slot, den 20. december 2000
Under Vor Kongelige Hånd og Segl

MARGRETHE R.

/ Pia Gjellerup

1) Loven indeholder bestemmelser, der gennemfører Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 98/27/EF af 19. maj 1998 om søgsmål med påstand om forbud på området beskyttelse af forbrugernes interesser (EF-Tidende 1998 nr. L 166, s. 51-55)

Lov om forbud mod tobaksreklame m.v.¹⁾

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 anvendelsesområde og definitioner

§ 1. Loven finder anvendelse på tobaksvarer, hvorved forstås:

- 1) Varer, der er bestemt til at ryges, indsnuses, stutes eller tygges, hvis de, helt eller delvist, er fremstillet af tobak.
- 2) Varer, der fortrinsvis benyttes i forbindelse med tobaksrygning.

§ 2. Ved reklame forstås i denne lov enhver handling i erhvervsøjemed, der har til formål at fremme afsætningen af tobaksvarer

Stk. 2. Ved reklame forstås tillige:

- 1) Brug af et navn, mærke, symbol eller andre kendetegn, der hovedsagelig er kendt fra tobaksvarer, i reklame for andre varer og tjenesteydelser.
- 2) Markedsføring af tobaksvarer ved hjælp af et varemærke, der er kendt som eller i brug som mærke for andre varer og tjenesteydelser.
- 3) Brug af layout, udformning eller bestemte farvesammensætninger, der forbindes med bestemte tobaksvarer.
- 4) Brug af genkendelige tobaksvarer i reklame for andre varer og tjenesteydelser.

Stk. 3. Ved sponsering forstås i denne lov ethvert økonomisk bidrag til en aktivitet, et arrangement m.v. med sigte på at fremme afsætningen af en tobaksvarer.

Stk. 4. Ved tobaksudsalgssted forstås ethvert sted, hvor tobaksvarer udbydes til salg.

Kapitel 2

Forbud mod reklame m.v.

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

Stk. 2. Forbudet gælder dog ikke:

- 1) Meddelelser, der udelukkende henvender sig til fagfolk inden for branchen.
- 2) Udstilling af tobaksvarer på tobaksudsalgssteder.
- 3) Prisskilte for tobaksvarer på tobaksudsalgssteder.
- 4) Skilte i tilknytning til tobaksudsalgssteder med teksten »Tobak«.
- 5) Reklame rettet til køberen på salgssteder, hvor man er specialiseret i salg af piber, pibetobak og cigarer. Dette gælder også butiksfacader.
- 6) Brug af et navn, der før den 13. december 2000 har været anvendt både for tobaksvarer og andre varer eller tjenesteydelser, til reklame for disse andre produkter, såfremt navnet fremtræder i en form, hvorved det tydeligt adskiller sig fra navnets udseende på tobaksvarer.
- 7) Brug af et navn, der er kendt fra tobaksvarer, i reklame for andre varer og tjenesteydelser, hvis den anden vare eller tjenesteydelse kun markedsføres i et begrænset geografisk område.

§ 4. Sponsoring til fordel for tobaksvarer er forbudt.

§ 5. Enhver form for uddeling, der har til formål at fremme afsætningen af tobaksvarer, er forbudt.

Kapitel 3
Tilsynsbestemmelser

§ 6. Forbrugerombudsmanden fører tilsyn med lovens overholdelse.

Kapitel 4
Straffebestemmelser

§ 7. Overtrædelse af §§ 3, 4 og 5 straffes med bøde.

Stk. 2. Der kan pålægges selskaber m.v. (juridiske personer) strafansvar efter reglerne i straffelovens 5. kapitel.

Kapitel 5
Ikrafttrædelsesbestemmelser

§ 8. Loven træder i kraft den 1. januar 2002.

Stk. 2. For sponsoraftaler indgået før den 13. december 2000 træder bestemmelsen i § 4 dog først i kraft den 1. juli 2003.

§ 9. Loven gælder ikke for Færøerne og Grønland.

Givet på Christiansborg Slot, den 7. juni 2001
Under Vor Kongelige Hånd og Segl

MARGRETHE R.

/ Arne Rolighed

Stikordsregister til afgørelser fra Forbrugerklagenævnet 1997-1998- 1999-2000 og 2001

Tallene ⁹⁷, ⁹⁸, ⁹⁹, ⁰⁰ og ⁰¹ angiver i hvilken årgang af juridisk årbog emnet er omtalt.

A

Abonnement ⁹⁹224

– **Annoncer** ⁹⁹159

– **Bevis for indmeldelse** ⁰⁰140

– **Bindingsperiode** ⁰⁰144, ⁰¹136, 137

– **Erhvervsdrivendes** ⁰⁰105

– **Hæftelse** ⁰⁰106, ⁰¹141

– **Downloading** ⁰¹141

– **Kontaktlinser** ⁹⁷111

– **Kreditvurdering** ⁹⁹160, ⁰¹134, 136, 137

– **Late billing** ⁰¹138

– **Misbrug** ⁹⁹163

– **Opsigelse** ⁹⁷111, ⁹⁹140, 156, 157, ⁰⁰107, 109, 144, ⁰¹121, 136, 148, 150

– **Prisstigning** ⁰¹120, 121

– **Prøve** ⁹⁷96

– **Saldokontrolordning** ⁰⁰113, ⁰¹130, 132, 133, 139

– **Sim-lock** ⁰¹126

– **Spærring** ⁰¹150

– **Telefon** ⁹⁹157, 164

– **Uklar formulering (vildledning)** ⁹⁹159, ⁰¹139

Adækvans ⁹⁷103, 126

Afbestilling ⁹⁸166, 171, 173

Afbetaling

Afbrydelse af forældelse

Afhjælpning

– **Afhentning** ⁹⁹192

– **For sælgers regning** ⁹⁸158, ⁹⁹211

– **Fotografering** ⁹⁷110

– **Inden rimelig tid** ⁹⁸136, ⁹⁹151, 193, ⁰⁰104, 121, ⁰¹127, 136

– **Ombytning** ⁰¹126

– **Omkostninger** ⁹⁷110, ⁹⁹193, ⁰⁰118

– **Periodiske fejl** ⁹⁸154

– **Påkrav** ⁹⁹216, ⁰⁰104

– **Rettidigt tilbud** ⁹⁹211

– **Tilbageholdsret** ⁹⁸156

Afhjælpningsret ⁹⁷127, ⁹⁸159

Aflysning

– **Teaterforestilling** ⁰⁰135, 136, ⁰¹126

Aftale ⁹⁹164, ⁰⁰106

– **Accept** ⁹⁹224, ⁰¹13, 133, 159

– **Bindende** ⁹⁹222, ⁰¹162

– **Betingelser** ⁹⁹160

– **Betinget** ⁹⁹208

– **Bevis** ⁹⁸111, 161, 170, ⁹⁹142, 219, 232

– **Indgåelse** ⁰⁰107

– **Købsforpligtelse** ⁹⁸166, ⁹⁹224

– **Køberet** ⁹⁹24

– **Returret** ⁹⁹186

– **Vedtagelse af aftalevilkår** ⁰⁰136, 147, ⁰¹139

– **Vilkår** ⁹⁹148, 189, 191, ⁰¹170, 171

– **Ændring** ⁰⁰137, ⁰¹169

Aftaleloven

– **§ 1** ⁹⁷101, ⁹⁹224, ⁰⁰107

– **§ 3** ⁹⁷101

– **§ 6** ⁰¹133

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

– **§ 36** ⁹⁷89, 96, 98, 118, ⁹⁸173, ⁹⁹13, 132, 137, 139, 157, 166, 171, 172,

- 174, 206, 220, ⁰⁰109, 140, ⁰¹25, 136, 137
- § 38 a ⁰⁰134
- § 38 b ⁹⁷105, 106, ⁹⁸146, ⁹⁹13, 136, 146, 159, 162, 166, 179, 191, ⁰⁰134, ⁰¹139, 174
- § 38 c ⁹⁷89, 96, 98, 118, ⁹⁸109, 110, 118, 173, ⁹⁹13, 132, 137, 139, 166, 172, 174, 220, 224, ⁰⁰109, 140, ⁰¹25, 134, 136, 137, 141, 160
- § 39 ⁹⁷112, ⁰¹159, 162

Afvisning

Almindelig kendt ⁹⁸167

Analogi ⁰¹155

Annoncer

- Bevisbyrde ⁹⁷93
- Fortolkning ⁰¹122
- Løftevirkning ⁰⁰119, ⁰¹13
- Tilbudsvirkning ⁹⁸140, ⁰⁰141
- Vildledning ⁹⁷104, ⁹⁸140, ⁹⁹141, 148, 159, 198

Annulatio ⁹⁹157, 209, ⁰⁰131

- Berettiget ⁹⁷127, ⁰¹159
- Erstatning ⁹⁹206
- Uberettiget ⁹⁷118, ⁹⁸166, ⁹⁹222
- Tabsbegrænsningspligt ⁰⁰143, ⁰¹25
- Vedtagelse af standardvilkår ⁹⁹206, ⁰¹25

Ansvar ⁹⁹131

Ansvarsbegrænsning

- Adækvans ⁹⁷102
- Fotografering ⁹⁷110

Ansvarsfraskrivelse ⁹⁸133, 162, ⁰⁰112

- Garanti ⁹⁸116, 118

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

Ansvarspådragende forhold ⁹⁸116, ⁰⁰128

Anteciperet misligholdelse

Auktion

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

B

Bagatel ⁹⁷100, 108

Berettigede forventninger ⁹⁹35

Berigelse

Bestillingskøb

Betaling

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

Betalingsforpligtelsens indtræden ⁹⁹221

Betalingsfrist

Betalingskortloven

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

Betalingsmiddeloven

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

Bevis ⁹⁸163, ⁹⁹173, 232

- Bevismæssig skadevirkning ⁹⁹161
- Bortskaffelse ⁹⁷116

- For afhjælpningstilbud ⁹⁹211
- For køb ⁹⁸135, ⁹⁹139
- Oprindelig mangel ⁹⁷128, ⁹⁸149, ⁹⁹146

Bevisbyrde ⁹⁹131

- Abonnement ⁰⁰140
- Aflevering af videofilm ⁹⁹43, ⁰⁰139
- Auktion ⁹⁷114
- Berigtigelse af oplysninger ⁹⁷115, 119, 120
- Bestilling ⁰⁰140
- Betalingskortloven ⁰⁰108
- Betalingsmiddelovens § 11 ⁰¹127
- Byrdefulde vilkår ⁹⁸124
- Flytteskader ⁹⁸163
- Garanti ⁹⁷86, ⁹⁹170, ⁰⁰100
- Moms ⁹⁷124
- Passivitet ⁹⁹43
- Reparation ⁹⁸111, ⁹⁹131, 170
- Reparationstilbud ⁹⁷93
- Saldokontrolordning ⁰⁰113
- Sælgers ⁹⁸107, ⁹⁹151, 195, 196, ⁰⁰95
- Telefonsex ⁹⁷97
- Udnyttelse af fortrydelsesret ⁹⁹225

Bortfald af misligholdelsesbeføjelser ⁹⁷127, ⁹⁸159, ⁰⁰137

Bortsalg ⁹⁷108, ⁹⁸20, ⁰⁰118, 132

Branchekutyme

- Selskabsarrangementer ⁹⁷127, ⁹⁸173

Bristede forudsætninger ⁹⁸110, ⁰¹137

Brug

- Væsentlighedsbedømmelse ⁹⁹187

Brugbarhed ⁹⁸106, 133

Brugsanvisning ⁹⁷85, ⁹⁸145

- Anvendelse i strid med ⁹⁷86
- Fremmedsproget ⁰⁰130
- Ikke betydning for mangelsbedømmelse ⁹⁸106
- Ikke tilstrækkelig ⁹⁸133, ⁹⁹134, 138, 151, ⁰¹124, 163

Byrdefulde vilkår

- Operatørlås ⁹⁸124
- Uopsigelighed ⁹⁹13

Byttehandel ⁹⁸122, 152, ⁰⁰128

C

Caveat emptor ⁰⁰116

Condictio indebiti ⁰⁰31, ⁰¹138

Culpa

D

Danske Lov

- 3-19-2 ⁰⁰95
- 5-8-1 ⁰⁰126
- 5-8-14 ⁰¹168

Deklaratorisk

Detentionsret

Dobbeltsalg ⁹⁹223

Dækningskøb

Dækningssalg ⁹⁷91

Dørsalgsloven (se forbruger-aftaleloven)

E

Efterfølgende forhold

Efterkrav ⁹⁸176

Egenskaber ved salgsgenstanden

- ⁹⁷96, 129, ⁹⁸106, 107, ⁹⁹181, 183, ⁰⁰117

Egen skyld ⁹⁷129, ⁹⁹185, ⁰⁰145

Ejendomsforbehold ⁹⁸126, ⁹⁹24, 216

Ejendomsret

Eksstinktiv erhvervelse

- Forhandlergrundsætningen ⁹⁸105

Elektricitet

Emballering

Erhvervsdrivende ⁹⁸162, ⁰¹171

Erhvervsmæssig brug ⁹⁹154

Erstatning ⁹⁹209

- **Adækvans** ⁹⁷103, 126, ⁹⁹158, 180
- **Begrænset** ⁰⁰145
- **Betalingskortloven** ⁹⁹43
- **Driftstab** ⁹⁹43
- **Egen skyld** ⁹⁷129, ⁹⁸116, ⁰⁰145
- **FDM-test** ⁹⁸158, ⁹⁹211
- **Forsendelsesomkostninger** ⁹⁸117
- **Forsinkelse** ⁰¹156
- **Forældres tilsynspligt** ⁰¹158
- **Fotografering** ⁹⁷109, 110
- **Hunde** ⁹⁸174, ⁰¹171
- **Hændelig undergang** ⁹⁹136
- **I kontrakt** ⁹⁹223
- **Lånte ting** ⁰⁰126
- **Manglende levering** ⁰¹162
- **Opbevaring** ⁹⁷126, ⁹⁸20, 110, 112, 163
- **Produktansvar** ⁹⁹229, ⁰⁰145
- **Sagkyndig erklæring** ⁹⁸116
- **Strømafbrydelse** ⁹⁸128
- **Tab** ⁹⁷18, 108, 109, 126, ⁹⁸116, 128, ⁹⁹43, 158, 212, ⁰⁰143
- **Tabsbegrænsning** ⁹⁸128, 171, ⁹⁹200, ⁰⁰143
- **Tabsbegrænsningspligt** ⁹⁹158, 212, ⁰¹25
- **Transport** ⁹⁸162, 165
- **Varetægt** ⁰¹168

F

Fabrikationsfejl ⁹⁹149, 198

Fagmæssig viden

- **Manglende** ⁹⁹182
- **Rensning** ⁹⁷102, ⁹⁹179, 180, 182, 183

Faktura ⁹⁹131

Farlige egenskaber ⁹⁸108, 170, ⁰⁰145

Fast Forretningssted

– **udenfor** ⁰¹163

Fejl

– **Fremsendelse af vare** ⁹⁹226

Fejltagelse ⁹⁸119

Fixkøb

Fjernsalg ⁹⁸114, ⁹⁹35, 143, 144

Fjernvarme ⁹⁸127

Flytransport

– **Afbestilling** ⁹⁸166

Forarbejdning

Forbehold ⁹⁸144, ⁰¹13

- **Afhentningskøretøj** ⁹⁷113, ⁹⁸149
- **Ej taget** ⁹⁹219, 222
- **Generelle** ⁹⁷119, ⁹⁸120
- **Rensning** ⁹⁹179
- **Tilsidesat** ⁹⁸151, 162, ⁹⁹138, ⁰⁰118

Forbrugeraftaleloven

- § 4 ⁹⁹226
- § 6, stk. 1 ⁹⁹199
- § 6, stk. 5 ⁹⁹199
- § 7, stk. 1 ⁰¹163
- § 7, stk. 2 ⁹⁹199, ⁰⁰117, ⁰¹163
- § 8, stk. 2 ⁰¹163
- § 10, stk. 3, nr. 1 ⁹⁸114
- § 10, stk. 3, nr. 2 ⁹⁸169
- § 11 ⁹⁸176, ⁹⁹144
- § 13 ⁹⁸114, 169, ⁹⁹143, 144
- § 16 ⁹⁸114, ⁹⁹143, 199

Forbrugeraftaler ⁹⁹166, ⁰¹151

Forbrugerklagenævnsloven

- § 1 ⁹⁹166, ⁰⁰105, ⁰¹171
- § 3 ⁰¹141
- § 7, stk. 1 ⁹⁸127, 159, 173, ⁰⁰106
- § 8, stk. 1 ⁹⁷123, ⁹⁸168, ⁰⁰106, 133
- § 9, stk. 3 ⁹⁷120
- **Erhvervsdrivende** ⁹⁹94, 100

– **Erhvervsmæssig virksomhed**

⁰⁰146

– **Kompetence** ⁹⁷18, 94, ⁹⁸159, 164, 175, ⁹⁹166, 225, 226, ⁰⁰105, 112

– **Fogedforretning** ⁹⁹216

– **Salg mellem private** ⁹⁷94

**Forbrugerklagenævnets
forretningsorden**

– § 6, stk. 1, nr.3 ⁹⁹230

– **Habilitet** ⁹⁹230

Forbrugerklagenævnets virksomhedsbekendtgørelse

– § 1 ⁹⁸164

– § 2, stk. 1 ⁹⁸143

– § 3, stk. 1 ⁹⁹142

– § 3, stk. 2, nr. 1 ⁹⁷88

– § 3, stk. 2, nr. 3 ⁰⁰115, ⁰¹111

– § 3, stk. 2, nr. 7 ⁰⁰148

– § 3, stk. 2, nr. 10 ⁰⁰123

– § 3, stk. 2, nr. 11 ⁹⁷18

– § 3, stk. 2, nr. 13 ⁹⁷18, ⁰⁰149

– § 3, stk. 2, nr. 14 ⁹⁷18, ⁰⁰149

– § 4 ⁰¹141

– **Antikviteter** ⁰⁰123

Forbrugerklagenævnets virksomhedsområde

– **Maskiner til kontor- og butiksbrug** ⁹⁹166

Forbruger køb

– **Begreb** ⁹⁷94, 100, ⁹⁹232

Force majeure ⁹⁹140

Fordringshaver mora ⁹⁹232

Forfaldstid ⁰⁰115

Forholdsmæssigt afslag ⁹⁹186, 193

– **Beregning** ⁰⁰128

Forholdsordre ⁹⁹154

Forlig

– **Ombytning** ⁹⁸108

Forrentning

Forringelse af salgsgenstand

Forsendelse

– **Hændelig undergang** ⁰¹155

Forsendelseskøb

Forsikring

– **Erstatning** ⁹⁷87, ⁹⁹35

– **Krav om opfyldelse** ⁹⁷87, 113

– **Misligholdelsesbeføjelser** ⁹⁷87

– **Vareforsikring** ⁹⁸122, 123, ⁹⁹35

Forsinkelse ⁹⁸165, 171, ⁹⁹140, 194, ⁰⁰99

– **Betaling** ⁹⁷91

– **Erstatning** ⁰¹156

Fortolkning

– **Aftale** ⁰¹122, 161

– **Aftalevilkår** ⁹⁸166, ⁹⁹24, 136, 158, 189, 191, ⁰⁰101, 114, ⁰¹170

– **Annonce** ⁰¹122

– **Garanti** ⁹⁷106, ⁹⁸112, ⁹⁹133, 135, 186, 205

– **Kontrakt** ⁹⁹226

– **Tilbud** ⁰¹161

Fortrydelsesret ⁹⁸113, ⁹⁹35, 191

– **Bevis for udnyttelse af** ⁹⁹225

– **Bortfald** ⁰⁰117

– **Fjernsalg** ⁹⁹143, 144

– **Forkortet** ⁹⁹199

– **Internetabonnement** ⁰¹141

– **Omgåelse** ⁹⁹199

– **Specielt bestilte varer** ⁹⁷105

– **Specielt tilpassede varer** ⁹⁸114, ⁹⁹199

– **Ved butikskøb** ⁹⁹186

– **Tilvirkning** ⁹⁸114

Forudbetaling ⁹⁹140, 199

– **Betalingsmiddel** ⁰¹173

Forældelse

– **1908-loven** ⁰⁰96

– **Købelovsbeføjelser** ⁹⁶17, ⁰¹125

Fradrag for brug ⁹⁷22, ⁹⁸154

Frist

Fuldmagt ⁹⁸105

G

Garanti ⁹⁸122, 123, ⁹⁹13

– **Bagatel** ⁹⁸111

– **Begrænsning** ⁹⁹189

– **Bevisbyrde** ⁹⁷86, ⁹⁸145, ⁹⁹164, ⁰⁰100

– **Bortfald** ⁹⁸116, ⁹⁹154

– **Briller** ⁹⁷111

– **Brugsanvisning** ⁹⁹151

– **Fortolkning** ⁹⁷106, ⁹⁸112, ⁹⁹186, 197, 210

– **Forudsætning** ⁹⁹154

– **God tro** ⁹⁷108

– **Holdbarhed** ⁹⁸131, ⁹⁹186

– **Madras** ⁹⁷106, ⁹⁹189

– **Overdragelse** ⁹⁷108, ⁹⁹210

– **Princippet i kbl. § 78, stk. 3** ⁹⁸131

– **Producent** ⁹⁷107, 108

– **Reklamation** ⁹⁹92

– **Undersøgelsesgebyr** ⁹⁹153

– **Vejledningspligt** ⁹⁹190

– **Vildledning** ⁹⁷116, ⁹⁸155

Garantiperiode ⁹⁸119, ⁹⁹135, 186, 203

– **Ombytning** ⁰⁰122

Garantireparation ⁹⁷86, ⁹⁸116, ⁹⁹35, 135, 151, 153, 154

– **Inden rimelig tid** ⁰⁰104

Gavekort (se tilgodebevis)

Gebyr ⁹⁹76

– **Rykkergebyr** ⁹⁹137, ⁰⁰109, 115, ⁰¹148, 149

– **Manglende aflæsning** ⁰¹153

– **Udbringning** ⁰¹168

Genus

– **Ansvar**

Godsbefordringsreglement ⁹⁷124

God tro ⁹⁷108, 112, 122, ⁹⁹164

Grov uagtsomhed

Gyldighed

– **Begrænset** ⁹⁹232, ⁰¹172

H

Handelskøb

– **Afhjælpning** ⁹⁷100

Holdbarhed ⁹⁹186

Hæftelse ⁰⁰106

– **For andres brug** ⁰⁰106

– **Misbrug** ⁰⁰108, ⁰¹127, 128

– **Utilsigtet downloading** ⁰¹141

Hændelig ⁰⁰137, ⁰¹168

Hæveadgang ⁹⁹200

Hæveadgang bortfaldet

I

Ikke-bestilte varer ⁹⁹226

Ikke erhvervsmæssig brug

Inden rimelig tid ⁹⁷92, ⁰⁰121

Indeståelse

Individuelt bestemt

Inkasso ⁹⁷123, ⁹⁸168, ⁰⁰133, ⁰¹134

Internet ⁹⁷96, ⁹⁹141, 146

– **Abonnement** ⁹⁹140, 141

J

Juridisk person

K

Kendskab til mangel ⁹⁷108

Kompetence ⁹⁷18, 94, ⁹⁹142, ⁰¹171

Koncipist

– Fortolkning imod ⁹⁹159

Konkurrenceloven ⁹⁸116, 124

Kontant betaling

Kontokøb ⁰⁰120

Kopiprodukt ⁹⁸138

Kreditaftaleloven ⁹⁹13

- § 5 ⁹⁸ 153, 155, ⁹⁹214, 216, ⁰⁰120, ⁰¹112, 163
- § 6, stk. 2 ⁹⁸105, ⁹⁹24, ⁰⁰97, ⁰¹116
- § 7, stk. 2 ⁰¹163
- § 9 ⁹⁸105, 153, 155, ⁹⁹24, 188, ⁰¹112, 163
- § 21 ⁹⁹24
- § 23 ⁹⁸105, 153, 155, ⁹⁹24, 188, ⁰⁰120, ⁰¹112, 163
- § 33 ⁹⁸153, 155, ⁹⁹214, 216, ⁰¹112
- § 34, stk. 1, nr. 4 ⁹⁸105
- – Omgåelse ⁹⁷89, 116, ⁹⁸105, 109, 126, ⁹⁹24, ⁰⁰97, ⁰¹116
- – Ombytning ⁰⁰101
- § 39, stk. 1 ⁰¹116
- § 48, stk. 2 ⁰¹116
- Reparationer ⁰⁰101

Kreditkøb ⁹⁹24, 188, ⁰⁰97

– Forældelse ⁰⁰96

– Kreditomkostninger ⁰¹163

Kreditomkostninger ⁹⁸153, 155, ⁹⁹24, 188, ⁰¹112

Kreditvurdering ⁹⁸146

– Telefonabonnement ⁹⁹160, ⁰¹134, 136, 137

Krympning ⁹⁷99, 100, ⁹⁸128, ⁹⁹179

Kutyme

Kvittering ⁹⁸135, ⁹⁹139, ⁰⁰139

Køb

– Kombineret med tjenesteydelse ⁹⁷111, ⁹⁹162

Køb på prøve ⁹⁹174, ⁰¹155

Købeloven

- § 1, stk. 2 ⁹⁷117, ⁹⁸134, 155, ⁰¹166
- § 4a ⁹⁹232, ⁰⁰110
- § 17 ⁰⁰110
- § 24 ⁹⁹140, ⁰¹156
- § 25 ⁰¹156
- § 28 ⁹⁷91
- § 30 ⁹⁷91, 118
- § 34 ⁹⁷91
- § 44 ⁹⁹151
- § 47 ⁰⁰116
- § 57 ⁹⁷22, 120, ⁹⁸134, 137, 145, 176, ⁹⁹197, 216, ⁰⁰120, ⁰¹157
- § 58 ⁹⁷120, ⁹⁸152, ⁹⁹197, 216
- § 60 ⁹⁹174
- § 72 ⁰⁰144
- § 74 ⁹⁹194
- § 75 ⁰⁰99
- § 76, stk. 2 ⁹⁹214, ⁰¹13
- § 77 ⁹⁸151, ⁹⁹197
- § 78, stk. 1, 2. pkt. ⁹⁹149
- § 78, stk. 2 ⁹⁹214, 216
- § 78, stk. 3 ⁰¹126, 165
- § 79 ⁹⁸108, 136, 159
- § 80 ⁹⁸116, ⁰⁰127
- § 81 ⁹⁷92, 106, ⁹⁸111, 130
- § 83 ⁹⁷93, 115, ⁹⁸118, ⁹⁹177, 184
- § 84 ⁹⁹147
- § 85 ⁹⁷107

Køberet

- Leje ⁹⁷90, ⁹⁸105, ⁰⁰97, ⁰¹112
- Ombytning ⁰⁰101
- Reparation ⁰⁰101

Købers særlige forventninger ⁹⁸147, ⁹⁹198

Købers tilbageholdelsesret ⁹⁹214

Købesum

- Bevis ⁹⁸135
- Urimelig ⁹⁹139

- Tilbageholdelse af ⁹⁸156, ⁹⁹214, 216

Købsaftale

- Salg ⁹⁸113

L

Leje

- Annullation ⁰⁰143
- Erstatning ⁹⁹43, ⁰⁰95
- Funktionsdygtig ⁰⁰95, ⁰¹151
- Driftstab ⁹⁹43
- Køberet ⁹⁷90, ⁹⁸105, 109, 126, ⁹⁹13, 24, ⁰⁰97, ⁰¹112, 116
- Ombytning ⁰⁰101
- Reparation ⁰⁰101
- Omgåelse ⁰¹116
- Hændelig undergang ⁹⁹136
- Opsigelse ⁹⁷89, 98, ⁹⁸109, ⁹⁹24, 132
- Service ⁹⁹131
- Urimelige aftalevilkår ⁹⁹137, 146, 179, 224, ⁰¹151
- Urimelige kontraktvilkår ⁹⁷89, 98, ⁹⁹132
- Videofilm ⁹⁹43, ⁰⁰139

Levering ⁰⁰95

- Auktionskøb ⁰⁰110

Lovvalg

- EF-lovvalgskonventionen
- art. 4, stk. 4 ⁹⁸159
- art. 5, stk. 3 ⁹⁹189
- Søloven § 252 ⁹⁸159

Loyal oplysningspligt ⁹⁷93, ⁹⁸106, 107, ⁰⁰130, 131

Løfte ⁰⁰119

Lån

- Hændelig undergang ⁰⁰98

M

Mangelfuld vejledning ⁹⁹195, ⁰⁰130, ⁰¹124

Mangelsbedømmelse ⁹⁸133, 147, ⁹⁹148, 149

- Almindelig kendt ⁹⁸167
- Specielle forudsætninger
- – Kendelige ⁹⁹202

Mangelsbeføjelser ⁹⁹149

- Overdragelse ⁰¹123
- Afkald på rettigheder ⁰¹166

Mangler

- Afsmitning ⁹⁸131, ⁹⁹178, 203
- Bagatel ⁹⁷108, ⁹⁸111, 145
- Computer ⁹⁹35
- – Batteri ⁹⁹146
- – Kompatibilitet ⁹⁷96, ⁹⁹150
- – Software ⁹⁸120, ⁹⁹145, 148
- Falmning ⁹⁸144
- Farlighed ⁹⁸108
- Forholdsmæssigt afslag ⁹⁹201
- Gardiner
- – Nuanceforskel ⁹⁹202
- Gulvtæppe ⁹⁹200
- Hunde ⁹⁷128, ⁹⁸174
- Køleskab ⁹⁸105, 106, 107, 108
- Limgennemslag ⁹⁸132
- Manglende egenskaber ⁹⁷129, ⁹⁹178, 232, ⁰⁰117
- Motorkøretøjer ⁹⁷113, 120
- – Benzinøkonomi ⁹⁷120
- – Genopbygget ⁰⁰128
- – Manglende klargøring ⁹⁷113, ⁹⁸113, ⁰⁰127
- – Nysynet ⁹⁸158, ⁹⁹214
- – Uindregistreret ⁹⁷113
- – Årgang
- Pilling ⁰⁰124
- Smykker
- – Materialevalg ⁹⁸148
- Tilsmudsningstendens ⁰⁰124
- Tæpper ⁹⁹189, 190, 201
- – Nuanceforskel ⁹⁹201
- Uhensigtsmæssig konstruktion ⁰⁰120
- Uvæsentlige ⁹⁹187
- Ældre model ⁹⁷92

Markedsføring

- Vildledning ⁹⁷104, ⁹⁹148, 224

Markedsføringsloven ⁹⁷113
– § 4 ⁹⁸118
– **Negativ aftalebinding** ⁹⁷96

Markedspris ⁹⁹139

Materialfejl
– **Træ** ⁹⁹198

Misligholdelse
– **Købers** ⁹⁹228
– **Sælgers** ⁹⁷113
– **Misligholdelsesbeføjelser**

Modregning ⁰¹158

Moms
– **Pris** ⁹⁷124
– **Refusion** ⁹⁹142

Morarenter

Mærkning ⁹⁹184
– **CE-mærkning** ⁹⁹155, ⁰⁰103
– **Forkert** ⁹⁸129
– **Manglende** ⁹⁹182, 183

N

Naturalopfyldelse ⁹⁹140

Negativ kontraktsinteresse

Negativ aftalebinding ⁹⁷96

Nytte ⁹⁷22

Nødvendighedstjeneste ⁹⁹171

O

Ombytning
– **Forventninger** ⁹⁹201
– **Garantiperiode** ⁹⁸118, ⁰⁰122
– **Bindende for sælger** ⁹⁹164
– **Mangler** ⁹⁹161
– **Med brugt genstand** ⁰¹125, 126

Omkostninger ⁹⁷101
– **Afhjælpning** ⁹⁹192

Omkostningskrævende
– **Afhjælpning** ⁹⁷101, ⁹⁹193

Omlevering

Omsorgspligt

Omvendt bevisbyrde

Ond tro

Opbevaring
– **Bortkomst** ⁹⁷126, ⁹⁸ 110, ⁹⁹203
– **Bortsalg** ⁹⁷108, ⁹⁸20, ⁰⁰132
– **Bortskaffelse** ⁹⁸112
– **Rensning**
– **Reparation** ⁹⁷108, ⁹⁸143
– **Vederlag** ⁹⁸143, ⁹⁹220

Opfordring til at gøre tilbud
⁹⁸140

Ophævelse ⁹⁹161, 212
– **Delvis** ⁹⁹195, ⁰¹161
– **Fradrag for brug** ⁹⁷22
– **Lejeaftale** ⁰¹151
– **Tilbagelevering** ⁹⁹216, ⁰¹157

Ophævelsestidspunkt

Oplysningspligt
– **Pris** ⁹⁹165
– **Rensers** ⁹⁸128, 132, ⁹⁹182, 183
– **Sælgers** ⁹⁷85, 92, 93, 102, 104, 105, 115, ⁹⁸106, 107, 108, 122, 123, 124, 131, 133, 148, ⁹⁹134, 150, 165, 176, 195, 196, 200, 212
– **Gulvtæpper** ⁹⁹200
– **Beklædningsgenstande** ⁹⁸133, ⁰¹157
– **Elektronik** ⁹⁸122, 123, 124, ⁰¹124
– **Hårde Hvidevarer** ⁹⁸106, 107, 108, ⁹⁹134
– **Motorkøretøjer** ⁹⁸149, ⁹⁹212, ⁰⁰128, 131
– **Stelnummer** ⁹⁹212
– **Telefon** ⁰¹126
– **Øvrige**

Oplysninger fra tidligere salgsled

Oprindeligt trepartsforhold ⁹⁸153, ¹⁵⁵, ⁰⁰120, ⁰¹112

Opsigelse

- **Abonnement** ⁹⁷111, ⁹⁹140, ⁰⁰144, ⁰¹121
- **Filmklub** ⁹⁸166
- **Leje** ⁹⁷89
- **Skriftlighedskrav** ⁰¹150
- **Telefonabonnement** ⁹⁹156, ⁰⁰107, ⁰¹136, 137, 148

Originalemballage ⁹⁹161

Overdragelse

- **Mangelsbeføjelser** ⁰¹123

P

Pakkerejser

Passivitet ⁹⁷102, ⁹⁸112, ⁹⁹220, ⁰⁰31, ⁰¹120

- **Købers** ⁹⁷106, ⁹⁸141, 169, ⁹⁹191, 204, ⁰⁰101, 146
- **Sælgers** ⁹⁷88

Positiv opfyldelsesinteresse ⁹⁸171

Postordresalg

Postvæsen ⁹⁸164

Pris ⁹⁷112, ⁹⁸161, 162, ⁹⁹189

- **Annoncer** ⁰¹13
- **Nedsættelse** ⁰⁰125
- **Skiltning** ⁰¹13
- **Stigning** ⁰¹120
- **Tjenesteydelse** ⁹⁹165
- **Urimelig** ⁹⁹172, ⁰⁰144
- **Vand** ⁹⁹172

Prisgaranti

- **Fortolkning** ⁹⁷88, 90, ⁹⁹133, 162, 205

Prisoverslag ⁹⁸160, ⁹⁹190

- **Berigtigelse** ⁹⁷123
- **Vederlag** ⁹⁸143

Producent

Produktansvar ⁹⁸136

- **Dyrelegetøj** ⁹⁹234
- **Legetøj** ⁰⁰145
- **Lysestager** ⁰⁰124
- **Rengøringsmiddel** ⁹⁹229
- **Solidarisk ansvar** ⁹⁹234
- **Stearinlys** ⁹⁷129, ⁹⁸170

Produktansvarsloven

- § 5 ⁹⁹229, 234, ⁰⁰124
- § 10 ⁹⁸170, ⁹⁹229
- § 13 ⁹⁸170, ⁰⁰124

Præceptive regler ⁹⁷116, 117, ⁹⁸155, ⁹⁹13

- **Afkald på rettigheder** ⁰¹166

Påkrav

- **Frist** ⁹⁹194, ⁰⁰121
- **Rente** ⁹⁸160

På prøve ⁹⁸146

R

Rabatkort ⁰⁰134

Redelig handlemåde ⁹⁹139

Reklamation ⁹⁷102

- **Garanti** ⁹⁷92, 107, ⁹⁸111
- **Hotelophold** ⁹⁷127
- **Inden rimelig tid** ⁹⁷106, ⁹⁸111, 130
- **Neutral** ⁹⁸169, ⁹⁹199
- **Opfølgning** ⁹⁸141, ⁹⁹204
- **Teaterforestilling** ⁰⁰138
- **Tjenesteydelse** ⁹⁷127
- **Vilkår** ⁹⁹13

Reklamationsfrist ⁹⁹177, 181, 184, 197

- **Bevis** ⁹⁷115
- **Forlængelse** ⁹⁸118, ⁰⁰119

Reklame ⁹⁸140, ⁰¹13

Rentefod

Renteloven ⁹⁸164, ⁹⁹13, 137

Renter ⁹⁹24, 194

Reparation

- **Betaling** ⁹⁹170
- **Bortkomst** ⁹⁹203
- **Bortsalg** ⁹⁷108
- **Erstatning** ⁹⁷103
- **Prisoverslag** ⁹⁸143, ⁰⁰125
- **Tilbud** ⁹⁷93, ⁹⁹152
- **Uafhængede varer** ⁹⁷108
- **Undersøgelsesgebyr** ⁹⁹152
- **Unødvendig reparation** ⁹⁷94

Reservedele

Retsfølgning

Retshjælp

Rettidig betaling ⁰⁰115

Rettidig reklamation ⁹⁹184

- **Returret**
- **Rimelig pris** ⁹⁸160
- **Specielt bestilte varer**
- **Supportfunktion** ⁹⁹147
- **Teaterforestilling** ⁰⁰138

Returret ⁹⁹175, 176, 191, ⁰⁰114
– **Stilgende aftalt** ⁹⁹186

Risikoens overgang

- **Auktionskøb** ⁰⁰110
- **Køb på prøve** ⁰¹155
- **Tjenesteydelser** ⁰⁰135, 136

Rådgivning ⁹⁷18, ⁹⁸175, ⁰⁰149

S

Sagkyndig

- **Habilitet** ⁹⁹230

Sagsomkostninger

Saldokvittering ⁰⁰111

Salgsstanden utilbagegivelig

Salgs- og leveringsbetingelser

Samlet køb ⁹⁹201

Skadelige egenskaber

Skrivefejl

Solidarisk ansvar ⁹⁷102, ⁹⁸163

- **Produktansvar** ⁹⁹234

Species

- **Ansvar**

Standard

- **Dansk Standard** ⁹⁸129

Standardvilkår

- **Gebyr** ⁹⁹76
- **Vedtagelse** ⁹⁷118
- **Fortolkning** ⁹⁸146, ⁹⁹228

Stilgende aftale

Stærkstrømsloven ⁹⁸128

Støvsuger ⁹⁷85, 86

Svig

Sædvane

Sælgers misligholdelsesbeføjelser
⁹⁹137

Særligt tilvirkede varer ⁹⁸137,
⁹⁹176

T

Tab

Tabsbegrænsning ⁹⁸171

Taletidskort ⁹⁸124

Tidligere salgsled

– **Oplysninger** ⁹⁷120

Tilbagebetaling

– **Honorar** ⁹⁷18

– **Købesummen**

– **Rabatkort**

Tilbagegivelse

– **Sted** ⁹⁹212

Tilbagegivelse af salgsgenstanden

⁹⁸122, 145, 152, ⁹⁹175, 195, 197, 216

– **Efterkrav** ⁹⁸176

– **Fjernsalg** ⁹⁸169, ⁹⁹226

Tilbageholdelse

– **Købesum** ⁹⁹214

Tilbageholdsret ⁹⁸156, ⁰⁰126

– **Købers** ⁹⁹214

Tilbagesøgning

Tilbagetagelse af salgsgenstand

⁹⁹195, 216

Tilbud

– **Accept** ⁹⁷101, 112

– **Bindende** ⁰¹159

– **Fast pris** ⁹⁸161, ⁹⁹219

– **Opfordring** ⁹⁸140, ⁰⁰127, ⁰¹13

Tilgodebevis ⁹⁸134, ⁹⁹191, 232, ⁰¹158

– **Gyldighed** ⁹⁹174, ⁰¹160

– **Urimelig aftalevilkår** ⁰¹160

Tilsikring

– **Specialist** ⁹⁸137

Tilvirkningskøb ⁹⁸114, ⁹⁹176

– **Gardiner** ⁹⁷99

– **Gulvtæpper** ⁹⁷100, ⁹⁹199

Tjenesteydelser (se i øvrigt Reparationer)

– **Bortsalg** ⁰⁰118

– **Fjernvarme** ⁹⁹173

– **Forsinkelse** ⁹⁸165, 171

– **Kombineret med køb** ⁹⁷111

– **Kontaktbureau** ⁹⁹228

– **Kroophold** ⁹⁸168

– **Mangelfuld** ⁹⁹234, ⁰⁰138, ⁰¹169

– **Personlig pleje** ⁹⁹230, 232

– **Påsætning af hår** ⁹⁹234

– **Retshjælp** ⁹⁷18

– **Vederlagsrisiko** ⁰⁰135, 136

– **Vilkår i takstblad** ⁹⁹172

– **Ændring af aftale** ⁰⁰137, 138, ⁰¹169

Togtransport

– **Betaling** ⁹⁷122, ⁰⁰133

Transport

– **DSB** ⁹⁷122, ⁰⁰133

– **Emballering** ⁹⁸162, ⁹⁹151

– **Færge** ⁹⁹222

– **Gods** ⁹⁷124, ⁹⁸159, 162

– **Storebæltsbroen** ⁹⁹221

– **Taxa** ⁹⁸165

Transportdokumenter ⁹⁷124, ⁹⁸162

Trepartsforhold

– **Efterfølgende**

– **Oprindeligt**

Typeforudsætning ⁹⁸106

U

Uagtsomhed

Udenlandsk ret ⁹⁸159

Uden ugrundet ophold

Uforholdsmæssige omkostninger

⁹⁷110

Ufravigelige regler

Ugyldighed ⁹⁸ 114, ⁰⁰98

Umulighed

Umyndige (se værgemålsloven)

Undersøgelsesgebyr ⁹⁹35, 152, 153

Undersøgelsespligt ⁹⁷96, ⁹⁸136, ⁹⁹209,
⁰⁰116

Undersøgelsesvederlag ⁹⁹131

Uopfordret fremsendelse af varer

Urigtige oplysninger ⁹⁷105

- Kilometerangivelse
- Kopiprodukt ⁹⁸138
- Modelbetegnelse
- Motorkøretøjer ⁹⁷115
- Motorstørrelse ⁹⁷115
- Reparationsbehov ⁰⁰128
- Årgang

Urimelige aftalevilkår ⁹⁷98, 118,
⁹⁸109, 110, 173, 175, ⁹⁹13, 132, 146,
166, 179, 220, ⁰⁰136

Urimelige kontraktvilkår ⁹⁹166,
206

Uvæsentlig

V

Vandforsyning

- Efterregulering ⁰¹153

Vanhjæmmel

Vareprøve ⁹⁹200, 202

Vederlagsrisiko ⁰⁰135, 136

Vedtagelse af standardvilkår ⁹⁷118,
⁰⁰136

Vedvarende kontraktsforhold ⁹⁷111

Vejledningspligt ⁹⁷99, 102, ⁹⁸122, 123,
147, ⁹⁹134, 150, 152, 176, 190, 195
– Sælgers ⁹⁹234

Veksler ⁹⁷116

Vildledende oplysninger ⁹⁷105

- Forkert betegnelse ⁹⁸141, ⁹⁹145
- Garanti ⁹⁷116
- Pris ⁹⁸141, ⁰¹159
- Reklamationsaftale ⁹⁷117
- Vedligeholdelsesanvisning ⁹⁷102,
⁹⁸129, ⁹⁹181, 184

Vinkelskriverloven ⁹⁷18, ⁹⁸175

Værdiforringelse ⁹⁷22

Værgemålsloven

- § 1, stk. 2 ⁰⁰31, 140
- § 42 ⁰⁰99, 140
- § 46 ⁹⁸122
- Pengereglen ⁰⁰98

Værneting ⁹⁹225

Væsentlighedsbedømmelse ⁹⁸134,
⁹⁹197

Væsentlig omkostning og ulempe

Væsentlig samme stand ⁹⁸137, 176,
⁰⁰117, 120

Æ

Ægthedsgaranti

Ø

Økonomisk tab

- Manglende ⁹⁹154

Å

Årsagssammenhæng

Stikordsregister til afsnit 1-5

side 13-110

Stikordsregistret omfatter ikke afgørelser fra Forbrugerklagenævnet. For disse sager henvises til stikordsregistret side 215.

Advarsler på internettet	106	Forbudsloven	38
Advertainment	67	Forsikringsområdet	50
Aftalevilkår	39	Forudbetalte kort	93
Aktier	46	Forudbetalte taletidskort	89
Alkohol	35	Før-nu	73
Anmassende	31	Garanticertifikat	30
Annulation	25	Gebyr	39
Auktionssalg	84	Gebyrfri indskrivning og	
Autorisation	32	opbevaring af statsobligationer	45
Begrænset vareudbud	73	Gebyrsagen	26
Behandling af oplysninger	91	Gebyrændringsklausuler	26
Best execution	48	Gratis	80
Betalingsmiddeloven § 4	89	Gratis livsforsikring	31
Betalingsmiddeloven § 8	94	Gør det selv produkter	108
Betalingsmiddeloven		Homebanking	85, 88
§ 9, stk. 2	92	IMSN	37
Betalingsmiddeloven § 12	88	Indlån	39
Betalingsmiddeloven § 13	91	Inkasso	32, 53
Bindende aftale	13	Interessedatabase	56
Bondegårdsdyr	107	Internet	98
Bonussystemer	44	Internettet	37, 55
Brugervejledninger	102	Klageadgang	105
Brændbarhed	101	Kodeks for reklamepraksis	
Bøde	58	artikel 1	34
Børn og unge	36, 90	Kodeks for reklamepraksis	
Børshandel	46	artikel 14	36
Direct mail	70	Kompensation	54
Dispensation	92	Kvittering	94
Dokumentation	73	Kvælningsrisiko	103
Dokumentationskrav	71, 72, 74	Køb nu og få alle pengene	
Duftmarkedsføring	70	tilbage om 10 år	30
e-butik	87	Livsforsikringer	31
e-handel	55, 85	Lodtrækning	84
Econsumer	37	Lov om forbud mod	
Etik i realkreditinstitutter	26	tobaksreklamer	22
Fjernsalg	106	Ludderjournalistik	61
Flyttebranchens standardvilkår	29	Markedsføring på skoler	36
For børn og unge	34	Markedsføringsloven § 6 a	55, 56
Forbruger aftaleloven § 2	55	Markedsføringsloven § 7	83
Forbud mod reklamer for		Markedsovervågning	85
tobaksvarer	23	Markedspladser på internettet .	85

Mediekonvergens.....	59	Retssag.....	25, 38, 52, 56, 57, 83
Minimumsstandarder for privatkundebehandling i pengeinstitutter	39	Robinsonliste	56
Mobiltelefon til taletidskort.....	90	Rykkergebyr	52
Mængdebegrænsning.....	83	Rådgivning	45
Mærkning	104	Salgsfremmende foranstaltning	70
Negativ aftalebinding	33	Samtykke	56
Net-Tjek.....	55	Sex-tjenester	51
Netbutikker	85	Sikkerhedsundersøgelse	85, 87
Nethandelspladser	87	Skjult reklame.....	58
Normalpris.....	73	Skolesponsoring	67
Obligationer.....	46	Splattergevær	106
OECD-retningslinier	38	Sponsoring.....	23
On-line handel med værdipapirer.....	88	Standardvilkår	29
Opfordring til at gøre tilbud	14	Statsobligationer	45
Ophørsudsalg.....	79	Straffesag.....	57
Opsigelse af forsikringer	51	Strakshandel	88
Organiseret rabat	97	Surface flash.....	101
Overtræk.....	89	Sweep-dag	38
Parkeringen.....	52	Særtilbud	72
Pengeinstitutter	97, 98	Taletidskort.....	89
Prisgarantier.....	73	Telefonautomater	94
Prismærkningsloven § 4	98	Telefonisk markedsføring	55
Prisniveau	76	Telefonkort	92
Prisoplysninger	21	Testmetoder	104
Prisundersøgelse	76	Tilbud	14, 80
Privatkundebeskyttelse inden for pengeinstitutsektoren	39	Tilgift.....	57
Produktplacering	63	Tobaksreklame.....	22
Produktsikkerhedsdirektivet	108	Trykluft.....	106
Proportionalitetsprincippet	29	Uanmodet markedsføring	55
Provision.....	43	Uanmodet telefonisk henvendelse	34
Præmiekonkurrence.....	84	Udlån	39
Refusion.....	94	Udnyttelse af følelser.....	31
Registrering	91	Udsalg.....	73
Reklameidentifikation	58	Urimelige kontraktvilkår.....	25
Reklamerings på internettet	17	Utilbørlig	31
Reklamers bindende virkning..	13	Vejledende pris	73
Rente.....	39	Vejledning om prismarkedsføring.....	71
Rente- og gebyrændringer	26	Vildledende.....	32
Restværdi.....	92	Vis-nummer	51
Retningslinier om pengeinstitutternes rådgivning	43	Værdipapirer.....	46, 47
		Værdipapirhandel	46, 89
		Værdipapirhandelsskik	46