

## Kapitel 1 Oplysninger om udvalgte sagsområder

- [1.1. Samspillet mellem Forbrugerombudsmanden, Radio- og TV-Reklamenævnet og Pressenævnet om reklamen i medierne](#)
- [1.2. Markedsføring rettet mod børn og unge på Internettet](#)
- [1.3. Forbrugerklagenævnets behandling af sager over rådgivningsydelse. Klager over Rådgivningsfirmaet Fuld Valuta](#)
- [1.4. Begrebet "fradrag for brug" i forbindelse med ophævelse af køb specielt i relation til sager vedrørende køb af brugt bil](#)

### 1.1. Samspillet mellem Forbrugerombudsmanden, Radio- og TV-Reklamenævnet og Pressenævnet om reklamen i medierne

#### Sensations-annoncering i pressen og disse annonceres behandling hos Forbrugerombudsmanden

Der har været adskillige eksempler på sager, hvor Forbrugerombudsmanden har grebet ind over for en erhvervsdrivendes markedsføring, hvor pressen har dækket "begivenheden" så massivt, at den erhvervsdrivende har fået en væsentlig markedsføringsfordel ud af indgrebet. Forbrugerombudsmanden overvejer derfor nøje, om han gør mere skade end gavn ved at gribe ind over for uetisk markedsføring.

Sager, der har interesseret dele af pressen meget, har været sager, der har elementer af vold, sex, død og ulykke, og som skaber frygt hos visse befolkningsgrupper, men spænding og nysgerrighed hos andre typisk unge.

Eksempelvis greb Forbrugerombudsmanden i november 1997 ind over for et dansk urfirmas kampagne med titlen "Why kill time, when you can kill yourself." Firmaet havde i en reklameavis, indlagt i en "ligpose", beregnet til omdeling på 400 caféer og restauranter landet over, anvendt 8 iscenesatte selvmord som blikfang. Forbrugerombudsmanden fandt, at markedsføringen var i strid med god markedsføringsetik, idet den kunne virke stødende på nogle forbrugere og derfor måtte anses for uetisk og utilbørlig. Gennem forhandlinger med urfirmaet og reklamebureauet, som havde udarbejdet brochuren, blev brochuren trukket tilbage, før den blev distribueret i stort omfang.

Sagen fik en utrolig medieomtale, og skal man tro de efterfølgende udtalelser i aviserne, blev urfirmaets omsætning forøget med ca. 50% efter tilbagetrækningen. Det må dog også tages i betragtning, at den samlede kampagne omfattede en husstandsomdelt pjece, hvor Rem-Rems reklameslogan mv. indgik. Læs mere om sagen. (1997-641/5-5)

I en tidligere sag greb Forbrugerombudsmanden ind over for et dagblads reklamekampagne med et billede af en hængt mand og med teksten "Fetaost samhandel for enhver pris", jf. Juridisk Årbog 1995, side 41. Denne sag var dog anderledes i forhold til ur-sagen, idet kampagnen allerede var igangsat, og plakaterne dermed allerede opsat på togstationer, i biografteater og lignende, da Forbrugerombudsmanden tog sagen op. Derfor anmodede Forbrugerombudsmanden alene dagbladet om at vise mere agtpågivenhed i fremtiden. Denne sag fik dog ikke den massive mediedækning som eksempelvis ur-sagen. (1995-4041/5-213 og 214)

Benetton's meget avancerede reklamekoncept i 1992-94 greb Forbrugerombudsmanden ikke ind over for med den begrundelse, at ejerne og reklamefolkene bag annoncen ikke lagde skjul på, at annoncerne tilsigtede at provokere, ja ligefrem havde til formål at fremkalde, indgreb fra myndighedernes side. På denne måde ville ejerne opnå ekstra og gratis reklame. (1992-989/5-149). En af reklamerne var eksempelvis en overfyldt båd med antagelig albanske flygtninge (Juridisk Årbog 1993-1994, s. 121). Den anden reklame afbildede et par militærbukser og en blodtilsølet T-shirt fra en bosnisk soldat, som efter sigende skulle være død, kort forinden billedet blev taget.

## **Lovgivningen**

Markedsføring er i Danmark reguleret gennem markedsføringsloven og specialregler i sektorlovgivningen om fx lægemidler og levnedsmidler, samt bekendtgørelsen om reklame og sponsorering i radio og fjernsyn.

Medieansvarsloven regulerer mediernes indhold.

Formålet med markedsføringsloven er at sikre, at erhvervsvirksomhed udøves tilbørligt og rimeligt under hensyn til såvel konkurrenter og andre erhvervsdrivende som forbrugere og almene samfundsinteresser. I den forbindelse er det vigtigt at være opmærksom på, at markedsføring i lovens forstand skal forstås bredt således, at den omfatter enhver handling, der foretages i erhvervsmæssigt øjemed. Tilsynet med loven føres af Forbrugerombudsmanden.

Generalklausulen om god markedsføringsskik er en retlig standard, der udfyldes af Forbrugerombudsmanden og domstolene gennem retspraksis. Denne bestemmelse giver Forbrugerombudsmanden mulighed for bl.a. at gribe ind over for markedsføring, der anvender død, vold, sex og ulykke som blikfang.

Ved fortolkning af, hvad der skal forstås som god markedsføringsskik, spiller ICC (International Chamber of Commerce) Kodeks for reklamepraksis en væsentlig rolle, idet det er en internationalt anerkendt kodeks.

Hovedformålet med ICC Kodeks er at sikre høj etisk standard i reklamerne gennem selvregulerende foranstaltninger. De grundlæggende principper er, at alle reklamer skal være lovlige, sømmelige, hæderlige og sandfærdige og udarbejdet med behørig social ansvarsfølelse, jf. art. 1. Det er netop den sociale ansvarsfølelse, som i denne sammenhæng er interessant. Det følger i øvrigt af art. 4, at reklamer ikke bør spille på frygt, anspore til vold eller opfordre til ulovlig eller forkastelig adfærd.

Den sociale ansvarsfølelse er også nævnt i bekendtgørelse nr. 489/1997 om reklame og sponsorering i radio og fjernsyn. Ligeledes er anført, at reklamen skal være lovlige, sømmelig, hæderlig og sandfærdig, samt at reklamer i radio og fjernsyn i øvrigt skal være i overensstemmelse med markedsføringsloven og alment accepterede reklameetiske normer. Tilsynet med bekendtgørelsens overholdelse føres af Radio- og TV-Reklamenævnet, hvor Forbrugerombudsmanden er medlem og derfor har mulighed for at sikre kontinuitet mellem nævnets afgørelser og afgørelser efter markedsføringsloven.

Medieansvarsloven har til hensigt at regulere mediernes indhold samt ansvarsregler for dette indhold. Herunder falder tillige regler om god presseetik en retlig standard, som tilsvarende god markedsføringsskik udfyldes gennem praksis. Tilsynet med loven føres af Pressenævnet.

### **Nordisk praksis efter markedsføringsloven, bekendtgørelse om reklame og sponsorering i radio og tv samt medieansvarsloven**

Som beskrevet i ovenfor har Forbrugerombudsmanden flere gange grebet ind over for påtrængende markedsføringsforanstaltninger. I de fleste tilfælde har disse involveret død, vold, sex eller ulykke. Forbrugerombudsmanden har i disse tilfælde påberåbt sig markedsføringsloven §1 om god markedsføringsskik, se også årbogens afsnit 2.1.2.

Radio- og TV-Reklamenævnet har tillige behandlet sager, hvor reklamer har været voldsprægede. Eksempelvis kan nævnes en afgørelse vedrørende en tv-reklame for et dagblad "kvinde i nød", jf. Juridisk Årbog 1995, side 42 hvor der klart blev spillet på frygt. Her udtalte Radio- og TV-Reklamenævnet, at sammenkædningen af voldtægt, hustruvold og fødsel kunne virke krænkende over for de personer, der havde været udsat for disse ting, samt at reklamen klart spillede på forbrugernes følelse af frygt, hvorfor reklamen ikke var udformet med behørig social ansvarsfølelse.

Det svenske Markedsetiske Råd udtalte i marts 1998, at en reklamefilm for jeans i tv var uetisk, idet filmen indeholdt adskillige voldsscener med både karatespark, knytnæveslag og knuste ruder. Udtalelsen blev fulgt op af et forbud fra den svenske forbrugerombudsmand, som udtalte, at volden blev brugt til at fange de unges opmærksomhed, hvilket strider mod grundlæggende etiske normer. Da vold blandt ungdommen er et stadigt større problem, fandt han det særligt uheldigt, at vold var hovedingrediensen i reklamefilmen.

Den finske forbrugerombudsmand indbragte i efteråret 1997 en finsk isproducent for markedsdomstolen for brug af voldelige scener i en reklamefilm. I reklamefilmen trænger en gruppe soldater ind på en gårdsplads til en isoleret beliggende bondegård, hvor de jager gårdens dyr og tømmer madferrådet. Inde i huset befinder sig to kvinder. En af røverne trænger ind i huset og kaster truende blikke på en af kvinderne, hvorefter den anden kvinde skyder ham. Stemningen er frygtindgydende og angstfremkaldende. Efter at røveren er blevet skudt, skifter stemningen fuldstændig, og den ene kvinde sidder nu på verandaen og spiser is, og der lyder en

fredfyldt baggrundsmusik. Den finske forbrugerombudsmand udtalte i den anledning, at han ønskede et forbud mod anvendelse af vold som blikfang i markedsføringsmateriale.

Der er således enighed i Norden om, at anvendelse af vold, død, sex og ulykke som blikfang i reklamerne (særligt måske på tv) er uheldigt, og at der er et fælles ønske om så vidt muligt at begrænse denne tendens.

Pressenævnet behandler alene sager vedrørende redaktionelt stof og dermed ikke sager vedrørende markedsføring. Det er imidlertid interessant at undersøge nævnets praksis for derved at afdække, hvorvidt nævnet betragter det som værende i strid med god presseetik, såfremt pressen gengiver det markedsføringsmateriale, som Forbrugerombudsmanden har grebet ind over for. Ligeledes er det interessant at undersøge, hvorledes Pressenævnet fortolker medieansvarsloven som en individuelt beskyttende lov eller, som det er tilfældet med markedsføringsloven og bekendtgørelsen om radio- og tv-reklamer, som en kollektivt beskyttende lov.

For så vidt angår fortolkningsspørgsmålet kan følgende sag nævnes: Et ungdomsblad havde lavet en reportage/billedserie benævnt "when he says no..", som bestod af en serie billeder af en pige, der skal giftes, men hvor gommen ikke dukker op. Pigen forsøger til sidst i reportagen/billedserien at begå selvmord. På sidste side i reportagen/billedserien er angivet priser og varemærker på det tøj, som kvinden i reportagen/billedserien har på. Ungdomsbladet påstod, at der ikke var tale om reklame, men derimod om redaktionelt stof, og at det faktum, at der på sidste side anføres tøjfirmaernes navne og prisen for varerne, ikke gjorde det til en reklame. Denne angivelse var ifølge ungdomsbladet alene for at kreditere de tøjforretninger mv., som havde medvirket til reportagen/billedserien.

Forbrugerombudsmanden var dog uenig i denne fortolkning og fandt, at prisoplysningerne på sidste side og produktplaceringen var et indicium for det modsatte at der reelt set var tale om en reklame. Dette blev meddelt bladet.

Samtidig med, at Forbrugerombudsmanden tog sagen op, blev den, foranlediget af en klage fra Center for Selvmordsforskning, taget op af Pressenævnet, som imidlertid ved en afgørelse d. 14. januar 1998 afviste at behandle klagen, idet Center for Selvmordsforskning ikke fandtes at have den fornødne retlige interesse i sagen. Klage til Pressenævnet kræver en egentlig retlig interesse fra klagers side, jf. medieansvarslovens § 43, stk. 2, nr. 2. Dette betyder, at det ikke, som det er tilfældet med sager, der falder ind under markedsføringsloven og bekendtgørelse om reklame og sponsorering i radio og fjernsyn, på samme måde er muligt at få en sag vurderet, idet en klager skal bevise sin retlige interesse i sagen.

Grundet Pressenævnets ganske snævre fortolkning af medieansvarsloven kunne ugebladet komme uden om hensynet i markedsføringsloven ved at påstå, at der alene var tale om redaktionelt stof.

I den forbindelse er det interessant at nævne, at det af Pressenævnets vejledning for god presseetik, optrykt i nævnets årsberetning 1996, fremgår, at selvmord og selvmordsforsøg ikke bør omtales, medmindre der er en klar, almen interesse, der begrundet offentlig omtale.

For så vidt angår pressens dækning af Forbrugerombudsmandens sager bør det fremhæves, at Pressenævnet ikke af egen drift på noget tidspunkt har taget fat i mediernes dækning af bl.a. sager som ur-sagen. I forbindelse med ur-sagens dækning i medierne blev samtlige billeder vist, hvilket ikke kan siges at være hensigtsmæssigt, da Forbrugerombudsmandens mål netop var at hindre disse billeder i at blive offentliggjort. Pressenævnet kunne, hvis det ønskede at følge op på Forbrugerombudsmandens tiltag, have taget fat i pressens dækning af denne sag og undersøgt, hvorvidt det var i overensstemmelse med god presseetik at vise billederne, når Forbrugerombudsmanden netop arbejdede på at hindre disse i at komme ud.

Pressenævnet har aldrig anfægtet mediernes gengivelse af markedsføringsmateriale, som af Forbrugerombudsmanden anses for at være i strid med markedsføringslovens regler.

Forbrugerombudsmanden har problemer i sin sagsbehandling med denne form for medieomtale, der i sidste ende ofte er en fordel for den erhvervsdrivende.

### **Skjult reklame eller redaktionelt stof**

En bestemt form for reklame, som vinder mere og mere indpas i dag, er den skjulte reklame. Ifølge ICC kodeks, art. 11, skal reklamer klart kunne identificeres som sådanne, uanset deres form og uanset hvilket medie, der anvendes. Det er således i strid med denne bestemmelse samt reglerne om god markedsføringsetik, jf. markedsføringslovens §1, at anvende skjult reklame.

Det følger også af tv-direktivet, radio- og tv-loven og tv-bekendtgørelsen, at reklamer klart skal kunne identificeres.

Den skjulte reklame har altid eksisteret i de skrevne medier. Vi kender denne reklameform fra de husstandsomdelte aviser og blade, der bringer artikler, der fortæller om gode råd til hus og have og gode råd om et bedre helbred. Vi kender den fra spillefilm i biografer og tv, hvor mange forskellige produkter vises i løbet af filmen (Juridisk Årbog 1995, side 57). Det kan ikke undgås, hvis miljøet skal beskrives på naturlig vis, men hvornår er der tale om bevidst produktplacering?

Ved at benytte skjult reklame indarbejdes varemærker og navne i folks bevidsthed, således at forbrugerne i en købsituation føler et kendskab og en positiv indstilling til et produkt. Det er imidlertid svært at finde grænsen mellem den skjulte reklame og det, der ikke er skjult reklame, men blot almindelig brug af et produkt uden markedsføringsformål.

Forbrugerombudsmanden har tidligere måttet tage stilling til, hvorvidt der var tale om redaktionelt stof eller (skjult) reklame. I september 1997 publicerede et mandemagasin en billedserie under overskriften "SUMP", hvor en mand bortfører en kvinde og til sidst dræber hende. Forbrugerombudsmanden modtog en klage fra en forbruger, der følte, at de pågældende billeder var anstødelige. Mandemagasinet oplyste imidlertid, at der alene var tale om redaktionelt stof, idet de eksponerede tøjmærker ikke på nogen måde havde betalt for serien. Derimod kunne billedserien virke som modemæssig inspiration.

Forbrugerombudsmanden fandt på baggrund af magasinets oplysninger ikke grundlag for at gå videre med sagen, idet der ikke var sket en egentlig markedsføring af et produkt, men at der derimod var tale om redaktionelt stof, hvilket mandemagasinet kunne underbygge og dokumentere.

I den oven for omtalte sag, hvor et ungdomsblad havde lavet en billedserie af en kvinde, der skal giftes, men bliver svigtet og derfor til sidst forsøger at begå selvmord, måtte Forbrugerombudsmanden tillige tage stilling til spørgsmålet om skjult reklame i forhold til redaktionelt stof. Som det fremgår af gennemgangen ovenfor, var det Forbrugerombudsmandens opfattelse, at der i denne sag var tale om reklamering, særligt i betragtning af, at der var opgivet pris på de enkelte produkter til sidst i reportagen.

Der er således ingen tvivl om, at der er et problem i forhold til anvendelsen af skjult reklame over for redaktionelt stof, idet den skjulte reklame er vanskelig at påvise og dermed regulere.

Radio- og TV-reklamenævnet afgav 1. januar 1997 en udtalelse i sager om skjult reklame i radio og tv.

Nævnet har siden behandlet adskillige sager, dels sager, nævnet selv har taget op, dels sager som er blevet forelagt nævnet. På Forbrugerstyrelsens hjemmeside kan man læse de sager om skjult reklame, som nævnet har udtalt sig om, kan læses på Forbrugerstyrelsens hjemmeside. Nævnet agter i løbet af 1998 at afgive en redegørelse til kulturministeren om skjult reklame.

## **Konklusion**

Artiklen skitserer nogle af de problemer, der opstår i samspillet mellem reklamer og medier, som generer nogen, og som, hvis de skal løses, kræver koordinering mellem de implicerede organer, muligvis en justering af eksisterende lovgivning. Problemet kan ikke løses ved ny lovgivning, idet etiske krav til markedsføringen og til redaktionelt stof er under stadig forandring.

Forbrugerombudsmanden opfordrer derfor til en debat om samspillet mellem reklamerne og medierne. En debatdag om emnet er planlagt at skulle afholdes i starten af 1999.

## **1.2. Markedsføring rettet mod børn og unge på Internettet**

Forbrugerombudsmanden rettede i efteråret 1996 henvendelse til to amerikanske virksomheder. Begge virksomheder markedsfører sig i både de skrevne og de elektroniske danske medier. Deres produkter retter sig især til børn og unge, og virksomhederne har begge en stor markedsandel i Danmark.

Baggrunden for henvendelsen var, at virksomhedernes markedsføring over Internettet efter Forbrugerombudsmandens opfattelse strider mod såvel den danske markedsføringslov som Det Internationale Handelskammers (ICC) Kodeks for reklamepraksis.

Det særligt problematiske var, at Internettet opleves som et stærkt medium, hvilket forstærkes, når brugerne er børn og unge. På de omhandlede hjemmesider flød grænserne mellem markedsføring, lege, konkurrencer, quizzer, køb og registreringer af personlige oplysninger. Efter Forbrugerombudsmandens opfattelse strider denne interaktive form for reklame, rettet mod børn og unge, mod god markedsføringskik, idet annoncøren udnytter børns og unges naturlige godtroenhed og manglende erfaring.

Et af sagernes helt centrale problemer var spørgsmålet om, hvilket lands lovgivning der finder anvendelse på indholdet af en hjemmeside. Virksomhederne hævdede, at når hjemmesiden er produceret af en virksomhed etableret og drevet i USA, er det amerikansk ret, der finder anvendelse (afsenderlandsprincippet). Desuden anførte virksomhederne, at indholdet af hjemmesiderne især var rettet til det amerikanske marked.

Forbrugerombudsmanden er af den opfattelse, at virksomhederne skal rette sig efter lovgivningen det sted, hvor markedsføringen finder sted (modtagerlandsprincippet). I de konkrete sager skulle dansk ret finde anvendelse fordi:

1. hjemmesiderne bl.a. blev læst af børn og unge i Danmark,
2. hjemmesidernes indhold ikke kun er rettet mod det amerikanske marked og
3. virksomhedernes kommercielle aktivitet i Danmark har en sådan karakter, at der samlet ikke er nogen tvivl om, at der sker en markedsføring i Danmark, rettet mod danske brugere.

Desuden påpegede Forbrugerombudsmanden det meget uheldige i, at en ensidig anerkendelse af afsenderlandsprincippet medfører en risiko for "forumshopping". Herved forstås, at en virksomhed nedsætter sig i det land, der har den mest lempelige lovgivning på området. Derved vil virksomheden uhindret kunne markedsføre sig i alle andre lande.

Det lykkedes ikke for Forbrugerombudsmanden at nå til forståelse med virksomhederne, og han udsendte derfor i begge sager en pressemeddelelse på Internettet, hvori der advaredes mod virksomhedernes markedsføring på Internettet. Samtidig blev virksomhederne advaret om, at deres internetmarkedsføring ville blive inddraget i eventuelle sager mod de herværende filialer/repræsentanter for virksomheden.

### **1.3. Forbrugerklagenævnets behandling af sager over rådgivningsydelser. Klager over Rådgivningsfirmaet Fuld Valuta**

Forbrugerklagenævnet har i 1997 afgjort de første klager over Rådgivningsfirmaet Fuld Valuta. Firmaet tilbyder mod honorar at hjælpe i sager, oftest mod forsikringsselskaber, om bl.a. arbejdsskader, trafikulykker og andre tvister i privatlivet. Sagerne drejede sig om rådgivning i sager, hvor klagerne var kommet til skade, og dermed spørgsmålet, om de havde fået den erstatning, de var berettiget til. En af sagerne vedrørte spørgsmålet, om et kreditforeningskrav over for en klager var forældet. Nævnet har i sagerne givet klagerne medhold i, at de skulle have det erlagte honorar for Fuld Valutas behandling af sagen tilbage. Honorarerne var fra 3.000 kr. til 3.900 kr. I en af sagerne afgjorde nævnet, at klageren på grund af Fuld Valutas rådgivning havde lidt et tab og derfor var berettiget til erstatning.

Nævnet har i flere sager lagt til grund, at Fuld Valuta ikke havde et tilstrækkeligt objektivt grundlag for at starte sagen. I stedet for oplyste Fuld Valuta klageren om, at der var belæg for at føre en sag. Endvidere blev det oplyst, at der udover betaling af honorar ikke ville komme efterregninger. I flere af sagerne blev klagerne efterfølgende afkrævet gebyr til Arbejdsskadestyrelsen på henholdsvis 2.000 kr. og 4.000 kr. Nævnet har endvidere lagt til grund, at der var sket fejlrådgivning i sagsforløbet, og at rådgivningen var værdiløs for klagerne. Fuld Valuta har opfyldt nævnets afgørelser, dog med bemærkning om, at det er sket af kulancemæssige årsager. De enkelte afgørelser er nærmere beskrevet nedenfor.

Fuld Valuta gjorde indsigelse mod, at Forbrugerklagenævnet skulle være kompetent til at behandle denne type sager. Spørgsmålet var, om firmaets ydelser har karakter af "arbejds- og tjenesteydelser inden for forsikring, pengevæsen og det sociale område" og dermed er undtaget fra Forbrugerklagenævnets kompetence. Nævnet fandt, at firmaets ydelser primært har karakter af retshjælp og dermed beslægtet virksomhed. Ydelserne var derved omfattet af nævnets kompetence. Derudover har nævnet bemærket, at det er nærliggende, at der er sket en overtrædelse af vinkelskriverloven, ifølge hvilken det er ulovligt at give, og skilte med at der ydes, juridisk rådgivning eller anden retshjælp fra firmaer som Fuld Valuta.

Der verserer fortsat ca. 100 sager ved Forbrugerklagenævnet mod rådgivningsfirmaet. Fuld Valuta har senest meddelt, at de ikke agter at komme med indlæg i de verserende og eventuelt kommende sager ved Forbrugerklagenævnet. Det er fortsat firmaets opfattelse, at Forbrugerklagenævnet ikke har kompetence til at behandle sagerne.

I flere sager har Fuld Valuta gjort indsigelse mod det forhold, at klagen er fremsat overfor Rådgivningsfirmaet Fuld Valuta, Nestor A/S, da honoraret er betalt til Medlemsforeningen Fuld Valuta. Nestor A/S overtog Medlemsforeningen Fuld Valuta i slutningen af 1995. Nævnet har truffet en afgørelse om dette spørgsmål. Nævnet lagde til grund, at Fuld Valuta, Nestor A/S i forbindelse med overtagelsen af Medlemsforeningen Fuld Valuta oplyste medlemmerne om, at ændringen i strukturen alene var af formel karakter og ikke havde nogen betydning for behandlingen af medlemmernes sager. Det var nævnets opfattelse, at der herved blev givet



medlemmerne et tilsagn om, at Fuld Valuta, Nestor A/S var indtrådt i medlemsforeningens forpligtelser. Indsigelsen om, at Rådgivningsfirmaet Fuld Valuta, Nestor A/S ikke er rette indklagede, kunne derfor ikke tages til følge. (1997-203/7-29)

Sideløbende med Forbrugerklagenævnets behandling af konkrete klager, har Forbrugerombudsmanden vurderet firmaets markedsføring. Firmaet har nu stort set efterlevet Forbrugerombudsmandens henstillinger. Der henvises endvidere til Juridisk Årbog 1996.

De enkelte afgørelser:

En forbruger rettede henvendelse til Fuld Valuta om genoptagelse af en sag om godtgørelse for varigt mén. Betingelserne for at få genoptaget en sag efter erstatningsansvarslovens § 11 er, at der er indtrådt uforudsete ændringer i skadelidtes helbredstilstand, således at skadelidtes méngrad kan antages at være væsentlig højere end først antaget. Fuld Valuta tilkendegav i et brev, at der var grundlag for at køre en sag. Nævnet fandt, at Fuld Valuta på dette tidspunkt ikke havde mulighed for at udtale sig herom, idet vurderingen først kunne foretages, når der forelå en lægelig vurdering. Endvidere burde firmaet på forhånd have gjort forbrugeren opmærksom på, at det kunne blive nødvendigt at indhente en udtalelse fra Arbejdsskadestyrelsen til en udgift af 4.000 kr. Firmaet havde endda skrevet til forbrugeren, at der ikke ville komme efterregninger, uanset om sagen måtte trække ud. Nævnet fandt, at firmaets rådgivning ved aftalens indgåelse var stærkt mangelfuld og vildledende. Nævnet lagde til grund, at forbrugeren ikke ville have anmodet Fuld Valuta om at føre sagen, hvis forbrugeren var blevet vejledt ved henvendelsen til firmaet. Firmaets bistand var i det hele uden værdi for klageren, hvorfor firmaet skulle betale det erlagte honorar tilbage. (1996-203/7-9)

En forbruger rettede henvendelse til Fuld Valuta, da han af et realkreditinstitut var blevet bedt om at afvikle en 12 år gammel tvangsauktionsgæld. Fuld Valuta fandt, at der var grundlag for at køre en sag. Firmaet gjorde overfor kreditforeningen gældende, at kravet var forældet, hvilket imidlertid ikke var tilfældet. Endvidere gjorde firmaet gældende, at forbrugeren var påført et urimeligt tab på grund af langsommelig sagsbehandling fra kreditforeningens side. Af sagens akter fremgik det imidlertid, at der ikke var påløbet renter på gælden siden tvangsauktionen, hvorfor kreditforeningens passivitet ikke havde medført nogen forøgelse af klagerens gæld.

Nævnet fandt, at firmaet åbenbart ikke havde det kendskab til danske retsregler om forældelse, som må kræves af en erhvervsdrivende rådgiver, som påtager sig rådgivning i en sag som den pågældende. Endvidere fandt nævnet, at firmaet burde have været opmærksom på, at der ikke var påløbet renter på gælden. Nævnet afgjorde, at forbrugeren ikke ville have anmodet firmaet om at føre sagen, såfremt han var blevet behørigt vejledt. Fuld Valuta burde fra starten have oplyst, at firmaet alene kunne være behjælpelig med at indgå en aftale om afvikling af gælden på forbrugers vegne. Fuld Valutas bistand var i det store og hele uden værdi for forbrugeren, hvorfor firmaet skulle betale det erlagte honorar tilbage. (1996-203/7-2).

En forbruger var utilfreds med en erstatnings størrelse efter en arbejdsulykke og rettede henvendelse til Fuld Valuta. I et brev stillede Fuld Valuta forbrugeren i udsigt, at mulighederne for at vinde sagen over for forsikringsselskabet var gode. Firmaet tilrådede samtidig en genoptagelse af sagen over for Arbejdsskadestyrelsen. Imidlertid var Fuld Valuta ikke i besiddelse af oplysninger, der med rimelighed kunne begrunde de positive vurderinger. De oplysninger, som fremgik af sagen, var tværtimod af en sådan karakter, at firmaet burde have vejledt forbrugeren om, at der ikke var store chancer for at vinde sagen på det foreliggende grundlag. Fristen for at anke Arbejdsskadestyrelsens afgørelse var for længst udløbet, hvorfor en genoptagelse af sagen kun kunne ske, hvis de omstændigheder, der havde været bestemmende for erstatningens fastsættelse, havde forandret sig væsentligt. Der var intet grundlag for at antage, at det skulle være tilfældet, idet der ikke var fremkommet nye oplysninger i sagen siden Arbejdsskadestyrelsens afgørelse. Der var heller ikke grundlag for at rejse sagen over for forbrugers forsikringsselskab. Firmaet burde i den forbindelse have haft kendskab til forsikringsaftalelovens § 29 om forældelse. Forelæggelse af sagen for Ankenævnet for Forsikring var derfor også grundløs. Nævnet fandt således, at firmaets ydelse var uden værdi for forbrugeren, hvorfor det erlagte honorar skulle tilbagebetales. (1996-203/7-1)

En forbruger var kommet til skade under sin ferie. Forbrugeren var utilfreds med en tilbudt erstatning på 8.000 kr. fra sin rejseforsikring og rettede henvendelse til Fuld Valuta. Firmaet tilkendegav i et brev til forbrugeren, at der var grundlag for at føre en sag. Firmaet havde på dette tidspunkt ikke noget grundlag for at foretage en sådan vurdering, idet der ikke forelå den fornødne lægelige dokumentation. Det fremgik endvidere af betingelserne i forsikringspolisen, at méngradens størrelse i tilfælde af uenighed skulle fastsættes endeligt af Arbejdsskadestyrelsen. Omkostningerne skulle i givet fald deles ligeligt mellem forsikringstageren og selskabet. Firmaet burde derfor på forhånd have vejledt forbrugeren om, at hun selv kunne komme til at betale halvdelen af gebyret ved en eventuel forelæggelse for Arbejdsskadestyrelsen. Endvidere kunne forbrugeren alene opnå 1.000 kr. mere i erstatning pr. forhøjet méngrad. Fuld Valuta burde derfor have vejledt klageren om, at méngraden skulle forhøjes med mindst 4-6%, før firmaets bistand ville betyde en økonomisk fordel. Der var på intet tidspunkt objektive holdepunkter for at forvente et sådant udfald af sagen, hvilket firmaet ligeledes burde have vejledt klageren om. En efterfølgende indhentet speciallægeerklæring kunne heller ikke give særlig anledning til at råde forbrugeren til at køre en sag. Endelig var der intet grundlag for at indbringe sagen for Ankenævnet for Forsikring. Nævnet lagde til grund, at forbrugeren ikke ville have anmodet Fuld Valuta om at føre sagen, hvis hun var blevet behørigt vejledt, samt at Fuld Valutas bistand i det store og hele var uden værdi for forbrugeren. Firmaet skulle derfor betale det erlagte honorar tilbage. (1996-203/7-7)

En forbruger rettede henvendelse til Fuld Valuta, idet hun ikke kunne overskue, om hun havde fået tilbudt den rigtige erstatning efter en trafikulykke. Forbrugeren havde fået tilbudt en mén godtgørelse på 23.520 kr. svarende til 8% mén. Forsikringstilbuddet var juridisk bindende for forbrugeren, og det bortfaldt, hvis det ikke blev accepteret. Fuld Valuta tilkendegav i et brev, at der var grundlag for at køre en sag. På dette tidspunkt havde Fuld Valuta imidlertid ikke noget grundlag for at foretage en sådan vurdering, idet firmaet endnu ikke

havde set den i sagen udarbejdede speciallægeerklæring. Speciallægeerklæringen angav ikke, at forbrugerens méngrad skulle være større end 8%. Fuld Valuta udsatte forbrugeren for at lide et retstab ved at tilråde hende at føre sag uden overhovedet at have sat sig ind i de lægelige oplysninger i sagen. Efter at have modtaget speciallægeerklæringen fastholdt firmaet sin vurdering. Dette blev ikke nærmere begrundet udover ved en henvisning til, at forbrugerens private forsikring havde fastsat méngraden til 12%. Dette var imidlertid en tydelig skrivefejl, idet også dette forsikringssselskabs lægekonsulent havde bedømt invaliditeten til 8%, hvilket i øvrigt fremgik andetsteds.

Det var Forbrugerklagenævnets opfattelse, at firmaet på et mangelfuldt grundlag havde rådet forbrugeren til at indbringe sagen for Arbejdsskadestyrelsen, hvilket havde til følge, at vurderingen af méngraden blev ændret fra 8% til 5%. Nævnet lagde til grund, at forbrugeren ikke ville have anmodet firmaet om at føre en sag, hvis hun var blevet behørigt vejledt, samt at firmaets bistand i det hele var uden værdi for forbrugeren. Firmaet var herefter ikke berettiget til et honorar. Samtidig lagde nævnet til grund, at forbrugeren ville have accepteret forsikringssselskabets tilbud, såfremt hun var blevet rådgivet på behørig måde. Firmaets mangelfulde og utilstrækkelige rådgivning medførte derfor, at forbrugeren gik glip af et godtgørelsesbeløb svarende til 3%. Nævnet fandt, at Fuld Valuta var erstatningsansvarlig og forpligtet til at erstatte klageren 8.820 kr. med tillæg af renter fra skadesdatoen. (1996-203/7-11)

## **1.4. Begrebet "fradrag for brug" i forbindelse med ophævelse af køb specielt i relation til sager vedrørende køb af brugt bil**

### **Generelle bemærkninger**

I Forbrugerklagenævnets praksis er det ikke usædvanligt, at nævnet, når et køb hæves, beslutter, at der skal ske en reduktion af klagerens tilbagebetalingskrav som følge af den brug, klageren har gjort af salgsgenstanden. Specielt i bilsager har der udviklet sig en praksis, ifølge hvilken der ofte foretages et fradrag på ca. 50 øre for hver km, klageren har kørt i bilen.

Berettigelsen af den nævnte praksis skal her undersøges.

Købelovens §§ 57 og 58 indeholder regler om ydelsernes tilbagegivelse ved ophævelse af køb.

I § 57, stk. 1, hedder det:

"Hæves købet, er sælgeren ikke berettiget til at få genstanden tilbage, medmindre han tilbagegiver, hvad han har modtaget i betaling, og køberen er ikke berettiget til at få købesummen tilbage, medmindre han tilbageleverer det modtagne i væsentlig samme stand og mængde, hvori det var ved leveringen."

Uvæsentlige forandringer forhindrer således ikke, at købet kan hæves, uanset hvad der er årsag til forandringen.

Yderligere fremgår det af § 58, at selv om salgsgenstanden er gået til grunde eller undergået en væsentlig forandring, kan købet dog hæves, hvis undergangen eller forandringen skyldes:

1. En hændelig begivenhed.
2. Genstandens egen beskaffenhed.
3. Foranstaltninger, som udkrævedes til genstandens undersøgelse.
4. Foranstaltninger, som er trufne inden den mangel, der medfører ophævelse af købet, er opdaget eller burde være opdaget.

Hvis en væsentlig forandring ikke kan henføres til en af de grunde, som er nævnt i § 58, afskæres køberen altså fra at hæve købet men ikke fra at få et forholdsmæssigt afslag og evt. erstatning.

I forbruger køb kan bestemmelserne i § 57 og § 58 ikke fraviges til skade for forbrugeren, jf. købelovens § 1, stk. 2.

Hverken § 57 eller § 58 siger noget om, hvorvidt køberen, når købet hæves, altid er berettiget til at få hele købesummen tilbagebetalt, eller om der efter omstændighederne skal foretages et fradrag i hans krav om tilbagebetaling.

Et fradrag kan tænkes begrundet i to forskellige betragtninger:

1. Køberen må erstatte sælgeren den værdiforringelse, salgsgenstanden har undergået siden leveringen.
2. Køberen må betale sælgeren et vederlag for den nytte, han har haft af at have genstanden til sin rådighed i en periode berigelsesbetragtninger.

### **Værdiforringelseserstatning**

I bemærkningerne til udkast til Lov om køb, som er udarbejdet af professor Grundtvig, anføres om § 57, jf. RT 1904/05, tillæg A, sp. 3471:

§ 57: ".....Det ville imidlertid føre til ubillighed mod køberen, om denne regel (om tilbagegivelse af ydelserne) skulle gennemføres med en sådan strenghed, at selv den ringeste forandring eller formindskelse af godset afskærer ham fra at hæve købet. Udkastet indskrænker sig derfor til at opstille det som betingelse for køberens ret til at få købesummen tilbage, at han tilbageleverer det modtagne "i væsentlig samme stand og mængde, hvori det var ved leveringen". Ved sådanne mindre forandringer af salgsgenstanden må sælgerens interesse også anses for tilstrækkelig beskyttet gennem hans ret til at afdrage det tilsvarende beløb i købesummen".

Bemærkningerne til § 58 kommer slet ikke ind på spørgsmålet om fradrag i køberens tilbagebetalingskrav.

I Ussing: Køb, side 164, hedder det: "Uden for de tilfælde, som dækkes af undtagelserne i § 58, kan køberen ifølge § 57, stk. 1, hæve købet, selvom der er indtrådt en uvæsentlig forringelse af salgsgenstandens stand eller mængde. I så fald må køberen samtidig med tilbageleveringen af salgsgenstanden betale erstatning for manglen (der menes vel forringelsen). Hvis en uvæsentlig forringelse skyldes omstændigheder, der dækkes af undtagelserne i § 58, skal køberen selvfølgelig ikke betale erstatning." Se dog nedenfor om modregning af forringelse med nytteværdi.

Overvejelser om erstatning for forringelse kan herefter i hvert fald komme ind i billedet, hvis en uvæsentlig forringelse kan bebrejdes køberen, fx ved ikke-opfyldelse af omsorgspligt. Også køberens anvendelse af salgsgenstanden, efter hævekrav er afgivet, har i retspraksis medført fradrag i tilbagebetalingskravet.

Som eksempel kan nævnes dommen i Ugeskrift for Retsvæsen (UfR) 1930 side 879 vedrørende køb af lastbil i oktober 1929. Købet blev hævet, idet der var leveret en demonstrationsbil i stedet for en ny bil. Krav om ophævelse af købet blev fremsat skriftligt den 15. januar 1930, men køberen vedblev at benytte automobilet i et par måneder. Retten udtalte, at der efter det oplyste måtte gås ud fra, at køberen straks den 15. januar havde været rede til at tilbagelevere bilen, og at den kun var blevet benyttet af ham efter dette tidspunkt, fordi han, da sælgeren afslog at rette for sig og levere ham et andet automobil, ikke i sin virksomhed kunne undvære brugen af det leverede. Da nu den i øvrigt ikke nærmere oplyste forringelse af bilen, der skyldtes køberens brug af den i sin erhvervsvirksomhed efter påkrav om ophævelse, særligt under hensyn til, at bilen inden leveringen ikke var ubrugt, ikke kunne anses for væsentlig, kunne der ikke gives sælgeren medhold i, at brugen havde medført, at køberen havde fortabt retten til at hæve købet. Brugen havde imidlertid medført en værdiforringelse på godt 800 kr., hvorfor køberens tilbagebetalingskrav blev nedsat med dette beløb.

### **Fradrag for nytteværdien berigelsen**

Købeloven indeholder ikke nogen bestemmelse om aflevering af afkast eller godtgørelse for nytte af salgsgenstanden ved ophævelse, og bemærkningerne til lovforslaget omtaler ikke noget sådant.

I den kommenterede købelov, (Nørager-Nielsen og Theilgaard) 2. udgave, side 985, tiltrædes det, at køberen, når køb hæves, må tilbagegive sådant afkast, som må betegnes som tilvækst eller accessorium til salgsgenstanden. Videre siges det side 986: "Er der derimod ikke tale om naturlige eller borgerlige frugter, men om økonomisk udbytte af salgsgenstanden i form af et driftsresultat eller andel i driftsresultat ved salgsgenstandens benyttelse i køberens virksomhed, eller blot nytten ved at have brugt salgsgenstanden indtil købets ophævelse, er det mere tvivlsomt, om sælgeren kan gøre krav på også at få udbetalt den økonomiske værdi deraf i forbindelse med købets ophævelse. Retspraksis synes meget tilbageholdende med at indrømme et sådant krav."

Om Forbrugerklagenævnets praksis, hvorefter nævnet i en række tilfælde har pålagt forbrugeren at betale for brugen af en salgsgenstand, når købet hæves på grund af mangler, hedder det i den kommenterede købelov,

side 989: "Denne praksis er en forløber for reglen i nordisk købelov § 64, stk. 2. Er der tale om længere tids brug og dermed en besparelse, i hvert fald derved, at køber senere får en ny genstand, som ikke er slidt i den periode, hvor køberen har udnyttet den nu tilbagegivne genstand, kan det forekomme rimeligt at lade køberen betale et passende beløb for brugen. Afgørelsen kan forenes med egentlige køberetlige regler i det omfang, køber kræver erstatning hos sælger for sit tab ved at måtte indkøbe en anden genstand, herunder omkostninger i forbindelse med det forgæves køb, fx leverings- og installationsomkostninger, idet der som nævnt i disse tabsposter må ske fradrag efter princippet om compensation *lucri cum cessans*...". Der refereres i den forbindelse et par domme vedrørende køb af fast ejendom, hvor køber måtte godtgøre sælger et beløb for benyttelsen af ejendommen, og til Juridisk Årbog 1989, 6.8.5., hvor forbrugeren i maj 1985 havde købt en brugt bil på kredit med ejendomsforbehold. I december 1986 tog sælgeren bilen tilbage ved selvtægt. Dette måtte sidestilles med hævebegrundende forsinkelse fra sælgers side, og der tilkendtes klageren erstatning for vægtafgift og forsikring. Forbrugeren måtte dog betale et skønsmæssigt fastsat beløb for brug af bilen indtil december 1986.

Det anføres videre i den kommenterede købelov: "Det er vanskeligere at finde hjemlen, navnlig under hensyn til den refererede retspraksis uden for forbruger køb, når køber ikke kræver erstatning for tab, men blot vil have købesummen tilbage. Hjemlen må i givet fald søges i ulovbestemte vederlagsbetragtninger."

I de fire situationer, som er nævnt i købelovens § 58, kan køber hæve, selv om salgsgenstanden ikke kan tilbageleveres i væsentlig samme stand. I den kommenterede købelov, side 1001, anføres det: "Det må ...lægges til grund, at køber heller ikke er *erstatningsansvarlig* for den værdiforringelse af salgsgenstanden, som er indtrådt ved de af købelovens § 58 omhandlede omstændigheder..." . Og videre: "Det kan dog forekomme, at køberen som følge af en omstændighed, som er omfattet af købelovens § 58, opnår en vis berigelse, og der kan da efter omstændighederne være tale om, at køberen, i det omfang berigelsen strækker til, skal godtgøre sælgeren den værdiforringelse, som har ramt salgsgenstanden."

Mest praktisk er i forbruger køb formentlig den situation, at salgsgenstanden tages i brug, inden manglen opdages. Hvis forholdet henføres under købelovens § 58, foreligger der en væsentlig forringelse af salgsgenstanden, men der er intet at bebrejde køberen. Som anført i den kommenterede købelov, side 1007: "Sælgers krav på godtgørelse for værdiforringelsen må i givet fald støttes på berigelses- eller vederlagsbetragtninger." Og videre samme sted: "I den af § 58 omhandlede situation vil der ... foreligge en væsentlig forringelse af salgsgenstanden, og er denne forringelse netop begrundet i en udnyttelse af salgsgenstanden, som har tilført køberen den omhandlede berigelse, kan det forekomme ubilligt, om køberen kan afvise at godtgøre sælger denne værdiforringelse i det omfang, den ligger inden for berigelsen..."

Konklusion: Det er sælgeren, der bærer risikoen for, at salgsgenstanden har undergået en værdiforringelse som følge af almindelig brug. På den anden side bør køberen ikke opnå en berigelse på sælgerens bekostning.

I det udkast til købelov, som det danske købelovsudvalg under Justitsministeriet har udarbejdet på grundlag af det i NU 1984:5 indeholdte udkast til fælles nordisk købelov, hedder det i § 65:

"§ 65. Hæves købet, skal køberen aflevere oppebåret afkast samt betale rimelig godtgørelse, såfremt køberen har haft anden nytte af salgsgenstanden.

Stk. 2. Sælgeren skal betale renter af købesummen fra den dag, sælgeren modtog denne. Med hensyn til rentens størrelse gælder § 5 i lov om renter ved forsinket betaling."

Og i § 66:

"§ 66. Køberen kan kun hæve købet eller kræve omlevering, hvis køberen kan tilbagegive genstanden i væsentlig samme stand og mængde.

Stk. 2. Køberen mister dog ikke retten til at hæve købet eller kræve omlevering, hvis genstandens ødelæggelse, forringelse, formindskelse eller bortkomst skyldes:

- 1) en hændelig begivenhed eller genstandens egen beskaffenhed, eller
- 2) foranstaltninger, der har været nødvendige for at undersøge salgsgenstanden, eller
- 3) at salgsgenstanden helt eller delvist er solgt videre i sædvanlig omsætning eller anvendt af køberen til dens forudsatte brug, inden køberen opdagede eller burde have opdaget den mangel, som medfører kravet om omlevering eller ophævelse.

Stk. 3. Køberen mister heller ikke retten til at hæve købet eller kræve omlevering, selv om køberen ikke kan tilbagegive genstanden i væsentlig samme stand og mængde, hvis køberen betaler sælgeren godtgørelse for forringelsen eller formindskelsen."

I Den internationale købelov, CIS, (der ikke gælder for forbrugerkøb) bestemmes det i artikel 84:

1. Skal sælgeren tilbagebetale købesummen, er han tillige forpligtet til at forrente den fra det tidspunkt, da den blev betalt.

2. Køberen skal godtgøre sælgeren et beløb svarende til den nytte, han har fået af varen eller en del af varen:

- a) hvis han skal tilbagelevere varen helt eller delvist, eller
- b) hvis det er umuligt for ham at tilbagelevere varen helt eller delvist, eller
- c) at tilbagelevere varen helt eller delvist i væsentlig samme stand, hvori han modtog den, men han alligevel har hævet købet eller krævet omlevering."

Man bemærker, at køberens pligt til at tåle fradrag for nytte i begge regelsæt modsvarer af sælgerens pligt til at betale renter.

## **Retspraksis**

Fra nyere retspraksis kan nævnes UfR. 94.722 Ø.L.:

Sagen vedrørte en ny bil, der var købt til privat anvendelse for 313.763 kr. Købet skete den 10. maj 1990 og blev ophævet den 24. april 1991. Bilen havde i mellemtiden været 11 gange på værksted og havde kørt 20.000 km. Sælgeren krævede fradrag for en nytteværdi på 48.000 kr., idet han dog heri fradrog 10.000 kr. som følge af værkstedsbesøgene.

Retten udtalte: "Da den almindelige værdiforringelse af bilen ikke skyldes ansvarspådragende forhold, kan det ikke pålægges appellanten at betale erstatning derfor. Appellanten brugte bilen i længere tid, mens indstævnte forgæves forsøgte at afhjælpe manglerne. Efter almindelige grundsætninger findes appellanten at være forpligtet til at betale indstævnte rimelig godtgørelse eller vederlag for nytten ved at bruge bilen. Bilen blev brugt privat, og nytteværdien findes ikke at kunne sættes højere end det beløb, som appellanten under alle omstændigheder må formodes at ville have anvendt til formålet. Ved opgørelsen af appellantens svar bør der som nævnt i dommen tages hensyn til værkstedsbesøgene og appellantens dermed forbundne udgifter mv. Efter omstændighederne findes det af indstævnte indrømmede nedslag på 10.000 kr. passende, og efter fradrag heraf findes nytteværdien at måtte ansættes skønsmæssigt til 20.000 kr." Der tilkendtes endvidere appellanten erstatning for udgiften til mangelskonstatering hos FDM.

Retten i Brøndbyerne havde givet sælgeren medhold i hans krav om et fradrag på godt 38.000 kr. "et beløb der svarer til benyttelsens værdi, alt under skyldig hensyntagen til de på grund af manglerne hidførte ulemper. Retten finder, at udgangspunktet passende kan tages i den værdiforringelse, bilen har undergået ..... der bortses fra den værdiforringende omstændighed, at bilen efter sagsøgerens køb ikke længere var fabriksny".

Landsretten giver altså som udgangspunkt et fradrag for brug på 1,50 kr. pr. km. Der var imidlertid i denne sag tale om en ny og temmelig dyr bil.

Af interesse er også en norsk dom, NRt 1965.91, refereret i den kommenterede købelov, side 1007:

"K købte hos S en ny bil. Bilen var utæt ved dørene, og S kunne ikke afhjælpe manglerne, hvorefter K kunne kræve omlevering med en mangelfri bil. Mens sagen herom verserede, fortsatte S med at køre i bilen, indtil han ca. 3 år efter leveringen fik medhold i sit krav. K. havde kørt 9.500 km med bilen, da han ca. 1 år efter købet fremsatte krav om omlevering, og 10.400 km yderligere, inden omlevering blev gennemført. K. erkendte, at han måtte betale vederlag for brugen af bilen efter det tidspunkt, da han havde krævet omlevering, og dette fastsatte Højesteret til kr. 1.200. S. ville have vederlag for den samlede brug af bilen, men heri fik S ikke medhold." (Efter kørselsbehovet at dømme må der have været tale om en privatbil).

### **Forbrugerklagenævnets praksis**



Der findes talrige afgørelser fra Forbrugerklagenævnet, hvori der ved ophævelse af køb foretages et fradrag for brug i klagerens tilbagebetalingskrav. Typisk vil der være tale om en situation, hvor salgsgenstanden har været brugt i en længere periode, inden manglen opdages. I denne periode har forbrugeren haft nytte af genstanden.

I visse andre tilfælde er nytten ikke så åbenbar. Således var et par sko købt til en 12-årig pige den 10. april 1991. Der blev reklameret over, at skoene var slidt op, den 29. maj 1991. Købet blev hævet som følge af fabrikationsfejl, men da der samtidig var konstateret en kraftig brugspåvirkning, foretoges et fradrag for brug på 50% af købesummen. Da ingen af undtagelsesgrundene i § 58 tilsyneladende har kunnet bringes i anvendelse, burde det formentlig i stedet have været overvejet at give et forholdsmæssigt afslag.

I bilsager har der efter praksis ikke skullet megen kørsel til, før der er blevet fradraget et beløb for brug. Beløbet er siden 1982 blevet fastsat til rundt regnet 50 øre pr. kørt km. Dette med alle nævnsmedlemmernes fulde indforståelse.

### **Hvilke forhold bør tages i betragtning ved afgørelsen af, om køber bør tåle et fradrag i sit tilbagebetalingskrav, og i givet fald hvor stort skal fradraget være specielt i relation til køb af (brugt) bil?**

Den grundlæggende tanke bag begrebet "fradrag for brug" er, at selv om sælgeren har leveret en mangelfuld vare, skal køberen ikke kunne opnå en utilbørlig berigelse på hans bekostning.

Følgende må i den forbindelse tages i betragtning:

1. Hvordan har manglen påvirket køberens mulighed for at benytte bilen efter sit formål, herunder i hvor lang tid har han haft glæde af uforstyrret benyttelse, før manglen blev opdaget?
2. Hvor mange ulemper har manglen medført, herunder har sælger været langsommelig i udførelsen af afhjælpningsforsøg?
3. Hvilke omkostninger, fx til alternativ transport, til reparationer, til FDM-rapport, til vægtafgift og forsikring mv., har ejerskabet medført?
4. I hvilket omfang er der sket en værdiforringelse af bilen? Hvis der er tale om slid ud over det normale, fordi der er noget at bebrejde køber, må køber svare erstatning herfor.
5. I hvilket omfang har sælgeren haft fordel af at have købesummen til sin rådighed?
6. Det kunne overvejes, om det forhold, at køberen har fortsat brugen af bilen efter at have fremsat hævekrav, bør bevirke, at han i højere grad er forpligtet til at tåle fradrag for brug, jf. den citerede norske dom. Umiddelbart forekommer dette ikke velbegrundet. Den sælger, der afviser et berettiget hævekrav, må forvente, at køberen der jo har overladt de penge, han havde at købe bil for, til sælgeren opfylder sit transportbehov ved hjælp af den mangelfulde bil. Mere rimeligt ville det forekomme, at fradraget skete for den brug, der blev gjort inden mangelskonstateringen. Da kom

brugen forbrugeren til nytte. Noget andet er, at den fortsatte brug i enkelte tilfælde, fx ved en tur til Nordkap, kan indebære en så væsentlig forringelse, at købet ikke (længere) kan hæves.

| [Top](#) |

Denne side er kapitel 1 af 6 til publikationen "Juridisk Årbog 1997".

Version nr. 1.0 af 08-09-2009

© Forbrugerstyrelsen 2009

## Kapitel 2 Markedsføringsloven

- [2.1. Lovens § 1.](#)
  - [2.1.1. Kontraktvilkår](#)
    - [2.1.1.1. Udsendelse af licensopkrævninger med kort betalingsfrist og ændrede vilkår for fremtidig licensopkrævning](#)
    - [2.1.1.2. Pengeinstitutternes valideringspraksis Højesterets dom](#)
    - [2.1.1.3. Opsigelse af abonnement når forudbetalt via PBS](#)
    - [2.1.1.4. Opkrævning af gebyr ved førtidig indfrielse af kreditaftaler](#)
  - [2.1.2. Påtrængende markedsføringsforanstaltninger](#)
    - [2.1.2.1. Aggressiv markedsføring af kreditfaciliteter](#)
    - [2.1.2.2. Aggressiv markedsføring af lånetilbud ved juletid](#)
    - [2.1.2.3. Intensiv markedsføring af FlexLån](#)
    - [2.1.2.4. Besøgsgaver](#)
    - [2.1.2.5. Selvmord som blikfang](#)
    - [2.1.2.6. Reklamebureaus brug af billede af en fødende kvinde som led i en markedsføringskampagne rettet mod en særlig målgruppe. Da markedsføringen skete i et dagblad, kunne den virke anstødelig på andre end målgruppen](#)
    - [2.1.2.7. Forespørgsel om "Interaktiv Voice Response"](#)
  - [2.1.3. Diskriminerende markedsføring](#)
  - [2.1.4. Inkasso](#)
  - [2.1.5. Negativ aftalebinding](#)
  - [2.1.6. Alkohol](#)
  - [2.1.7. Markedsføringslovens anvendelsesområde](#)
  - [2.1.8. Samfundsmæssige hensyn](#)
    - [2.1.8.1. En pladeudgiver anvendte i markedsføringen for MiniDisc's ikoner, hvoraf nogle også skulle være præget i Ecstasy- piller](#)
  - [2.1.9. Andet](#)

- [2.1.9.1. Udgivelse af en "telefonspøg" på en cd](#)
  - [2.1.9.2. Kundeoplysninger tilgængelige på Internettet](#)
  - [2.1.9.3. Lancering af nyt kreditkort. Kreditaftaleloven ikke overholdt](#)
  - [2.1.9.4. Billige bilforsikringer](#)
- [2.2. Lovens § 2.](#)
  - [2.2.1. Vildledende angivelser](#)
    - [2.2.1.1. EF-Domstolens præjudicielle afgørelse om national indgriben over for tv-reklamer](#)
    - [2.2.1.2. Pengeinstitutters annoncering for forsikringsprodukter](#)
    - [2.2.1.3. Hollandsk blomsterfirmas markedsføringskampagne igen i strid med markedsføringsloven](#)
  - [2.2.2. Vildledende prisangivelser](#)
    - [2.2.2.1. Forbrugerombudsmanden stævner lavprisvarehus i sag om prismarkedsføring](#)
    - [2.2.2.2. 400.000 kr. i bøde for vildledende prisangivelser](#)
    - [2.2.2.3. Vildledende annoncering med før- og nupriser](#)
    - [2.2.2.4. Ejendomsformidlers annoncering med "1/2 salær"](#)
  - [2.2.3. Vildledende angivelser om produkters egenskaber](#)
  - [2.2.4. Vildledende og utilbørlige fremgangsmåder](#)
    - [2.2.4.1. Retssag om skjult reklame](#)
- [2.3. Lovens § 3. Brugsvejledninger](#)
- [2.4. Lovens § 4. Garanti](#)
- [2.5. Lovens § 5. Forretningskendetegn](#)
- [2.6. Lovens § 6. Tilgift](#)
- [2.7. Lovens § 7. Mængdebegrænsning](#)
- [2.8. Lovens § 8. Rabat](#)
  - [2.8.1. SØ- og Handelsrettens dom i sag vedrørende medlemsbonusordning](#)
- [2.9. Lovens § 9 - Præmiekonkurrencer](#)
  - [2.9.1. Anvendelsesområdet for markedsføringslovens § 9](#)
- [2.10. Retningslinier](#)
  - [2.10.1. Kommentarer til retningslinierne om etik i pengeinstitutternes rådgivning](#)
  - [2.10.2. Ophævelse af retningslinierne for rustgarantier](#)
  - [2.10.3. Vejledning om prismarkedsføring](#)
  - [2.10.4. Retningslinier for afregning ved handel med børsnoterede værdipapirer](#)

## **2.1. Lovens § 1.**

### **2.1.1. Kontraktvilkår**

### ***2.1.1.1. Udsendelse af licensopkrævninger med kort betalingsfrist og ændrede vilkår for fremtidig licensopkrævning***

DR Licens udsendte i begyndelse af juli 1997 opkrævninger af licens for radio og tv med angivelse af, at seneste betalingsdato var 10. juli 1997. Der blev udsendt 2 opkrævninger, da DR Licens havde besluttet at udsende girokort for op til et helt år på én gang for at spare porto. Samtidig var det muligt at aftale andre betalingsmåneder end januar og juli.

Forbrugerombudsmanden modtog mange henvendelser fra forbrugere i anledning af opkrævningen af licens for de næste 6 måneder og de ændrede vilkår for licensopkrævning.

På denne baggrund skrev han i brev af 2. juli 1997 til DR Licens og henledte opmærksomheden på, at det efter hans opfattelse er i strid med god markedsføringsskik, såfremt en betalingsmodtager ikke udsender giroindbetalingskort i så god tid, at der kan forløbe et månedsskift inden kravet forfalder til betaling og i så tilpas god tid, at en forbruger, der måtte ønske at betale sine regninger fx på posthuset, kan foretage en samlet indbetaling i forbindelse med månedsskiftet.

Han fandt det kritisabelt, at DR Licens havde fremsendt giroindbetalingskort til betaling af licens, der forfaldt den 10. juli 1997, så sent, at de oven for anførte vilkår ikke opfyldtes.

Endvidere henledte han opmærksomheden på, at mange forbrugere fortsat ikke er tilmeldt automatiske betalingssystemer, men samler deres regninger og betaler disse én gang om måneden på postkontoret.

For disse forbrugere blev den nye form for indbetaling af licens, hvorefter der fremsendes 2 giroindbetalingskort på én gang uden yderligere påmindelser, mere besværlig. Dette skyldes, at de påføres ulempen ved at skulle opbevare giroindbetalingskortet til næste indbetaling i 6 måneder og selv holde øje med, hvornår dette forfalder til betaling.

Forbrugerombudsmanden gav derfor udtryk for betænkeligheder i denne forbindelse, da han generelt lægger stor vægt på, at der opretholdes en reel valgfrihed for forbrugerne i forhold til, hvilke betalingsformer de anvender, og at de ikke presses til at tilslutte sig automatiske betalingssystemer, fordi indbetaling på posthuset bliver forbundet med praktiske vanskeligheder.

Forbrugerombudsmanden forudsatte, at Licenskontoret ville tage henstillingen til efterretning, og afsluttede sagen.

DR-Licens udsendte 3. juli 1997 en pressemeddelelse, hvor der blev orienteret om, at udsendelsen af girokort var blevet forsinket med ca. en måned på grund af fejl i girokortene. Normalt skulle licensen betales senest 10. juli 1997, men på grund af den forsinkede udsendelse havde DR besluttet at udskyde fristen. Hvis licensen

derfor betales senest 10. august 1997, vil DR anse betalingen for rettidig, og der ville ikke påløbe morarenter eller tillægsgebyrer. (4014/5-92)

### **2.1.1.2. Pengeinstitutternes valideringspraksis Højesterets dom**

Højesteret afsagde i december 1997 dom i den sag, som Forbrugerombudsmanden i 1991 anlagde mod Bikuben-Girobank A/S/Finansrådet. I dommen blev Sø- og Handelsrettens frifindende dom stadfæstet.

Retssagen har omhandlet det problem, at en kunde når der hæves penge skal betale rente fra den dag, hvor beløbet udbetales, mens kunden ved indbetalinger først får rente (tidligst) dagen efter at beløbet er indsat. Denne praksis benævnes asymmetrisk validering.

Forbrugerombudsmanden havde under retssagen nedlagt flere påstande om forbud mod asymmetrisk validering. Forbrugerombudsmanden anførte bl.a., at forskellen i tidspunktet for forrentningen af ind- og udbetalinger strider mod god markedsføringskik, og at valideringsreglerne krænker markedsføringslovens § 2, der bl.a. forbyder urigtige og urimelige mangelfulde oplysninger.

Højesteret udtaler i dommen, at de anvendte standardvilkår om validering er svært forståelige og i nogen tilfælde fører til mindre rimelige resultater. Ved de elektroniske pengetransaktioner mener Højesteret, at pengeinstitutternes valideringspraksis ikke i samme omfang som tidligere kan begrundes med dækning af transaktionsomkostninger.

Højesteret udtaler endvidere, at et indgreb i form af forbud mod anvendelse af valideringsreglerne "vil få betydning for hele pengeinstitutsektoren og for dennes indkomststruktur". Herefter nævner Højesteret, at et sådan indgreb kan tænkes gennemført på forskellig vis. Som inspirationskilde henviser Højesteret til formuleringen af de påstande, der var nedlagt af Forbrugerombudsmanden, og til de oplysninger om fremmed ret, der forelå for Højesteret.

Herefter konkluderer Højesteret "at sagen således angår en generel problemstilling, som ikke er egnet til at blive reguleret gennem forbudsnedlæggelse efter markedsføringsloven, men som i givet fald må søges løst gennem lovgivning".

Efter Højesterets dom er der fra politisk side givet udtryk for, at man ønsker at følge pengeinstitutternes opfølgning på højesteretsdommen nærmere og eventuelt i lyset heraf vil overveje, om der er grundlag for politiske initiativer.

Se tidligere årbøger om valideringsspørgsmålet, Rapport om pengeinstitutternes standardvilkår over for forbrugerne - del 3, JÅB 1991 og JÅB 1992,

### **2.1.1.3. Opsigelse af abonnement når forudbetalt via PBS**

En forbruger rettede henvendelse vedrørende opsigelse af et abonnement på et periodisk tidsskrift, hvor der var forudbetalt via Pengeinstitutternes BetalingsService (PBS). Forbrugeren modtog oplysning om, at abonnementet ikke kunne opsiges før efter udløbet af den forudbetalte periode. I det materiale, forbrugeren havde modtaget, var det imidlertid anført: "... betal dit abonnement på en nem og billig måde", hvorefter det blev oplyst, at man ved tilmelding til PBS skulle betale enten for tre eller seks numre ad gangen, dog kun så lang tid man selv ønskede det. Man kunne når som helst give besked om, at man ikke længere ønskede at modtage magasinet.

Forbrugerombudsmanden fandt, at der manglede en præcisering af abonnementsbetingelserne. Herudover fandt Forbrugerombudsmanden, at abonnementsbetingelserne var i strid med lov om visse forbrugerftaler (dørsalgsloven), § 14, stk. 2, jf. stk. 1 og § 5, stk. 2, hvoraf det fremgår, at en forbruger, når der er gået tre måneder efter en aftales indgåelse, kan ophæve aftalen med tre måneders varsel til udgangen af en måned. Det fremgår endvidere af § 15, at er der på tidspunktet for opsigelsen betalt for en periode, som ligger efter tidspunktet for aftalens ophør, har forbrugeren krav på, at vederlaget for denne periode straks tilbagebetales. Herudover fandt Forbrugerombudsmanden, at betingelserne var i strid med markedsføringslovens § 1 og, som abonnementsbetingelserne blev praktiseret, at bestemmelsen om, at man når som helst kunne ophøre med abonnementet, var i strid med markedsføringslovens § 2, stk. 1.

Den erhvervsdrivende meldte tilbage over for Forbrugerombudsmanden, at synspunkterne var taget til efterretning. (1996-4041/5-29)

### **2.1.1.4. Opkrævning af gebyr ved førtidig indfrielse af kreditaftaler**

Forbrugerombudsmanden modtog i slutningen af 1996 en klage fra en forbruger, som ved en førtidig indfrielse af et billån i en større bank var blevet opkrævet et indfrielsesgebyr på 2.000 kr. Gebyret var aftalt ved lånets stiftelse. Forbrugerombudsmanden tog sagen op til en nærmere behandling, idet sagen illustrerede en principiel problemstilling; kan en kreditgiver opkræve et sådant indfrielsesgebyr?

Svaret afhænger af en fortolkning af kreditaftalelovens §§ 26-27. Efter § 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 kreditomkostninger forbrugeren skal betale. Disse omfatter ikke et indfrielsesgebyr. Bestemmelsen indeholder også et forbud mod, at en kreditgiver kræver kreditomkostninger for den ubenyttede del af kreditten.

Efter Forbrugerombudsmandens opfattelse må opkrævning af et aftalt gebyr ved førtidig indfrielse betragtes som en ekstra omkostning, der reelt betales for den ubenyttede del af kreditten. Opkrævningen er sammenholdt med bestemmelsen i § 26 i strid med § 27.

Banken gav tilsagn om, at den fremover ved etablering af kreditaftaler, som er omfattet af de pågældende bestemmelser, vil afholde sig fra at aftale vilkår om betaling af gebyr ved førtidig indfrielse.

Forbrugerombudsmanden orienterede Finansrådet om resultatet af de førte forhandlinger og opfordrede til, at Finansrådet orienterede sine medlemmer herom. Finansrådet orienterede i forlængelse heraf sine medlemmer. (1997- 2013/5-30)

## **2.1.2. Påtrængende markedsføringsforanstaltninger**

### **2.1.2.1. Aggressiv markedsføring af kreditfaciliteter**

Forbrugerombudsmanden udsendte i maj måned 1997 et hyrdebrev til erhvervs- og interesseorganisationerne i anledning af en meget pågående markedsføring af kreditfaciliteter overfor forbrugere. Der var eksempler på, at erhvervslivet enten uopfordret udstyrede forbrugere med en kreditramme eller uanmodet fremsendte kreditkort, der gav ret til kreditudvidelser. Hertil kom markedsføring i form af rentefri lån, lån der først skulle afdrages på et senere tidspunkt, samt lån der skulle afdrages over ganske lange perioder ved forbrugskøb.

Som eksempler herpå nævnte Forbrugerombudsmanden markedsføringstiltag af typen:

"Opfat lånekortet som et tilbud til dig om et lån på 25.000 kr."

"12 mdr. rentefri kredit nu!"

"Køb alt det du behøver uden at betale en krone!"

"Rentefri forårsfornemmelser"

"Rentefristed! ... Helt fri for renter ... 12 mdr. rentefri kredit lige nu."

Forbrugerombudsmanden udtalte, at disse markedsføringstiltag var egnet til at fremme impulslån, og at forbrugeren tilskyndes til at undlade at undersøge kreditmarkedet yderligere, hvorved forbrugerne kunne gå glip af konkurrencedygtige alternative tilbud, forinden de træffer beslutning om anvendelse af en kreditfacilitet. Dette gjaldt ifølge Forbrugerombudsmanden særligt i forhold til unge, som relativt let kan fristes til at stifte gæld uden nødvendigvis at have det fornødne overblik over deres muligheder for tilbagebetaling og over, om tilbudet er fordelagtigt.

Herved fandt Forbrugerombudsmanden, at grænserne for, hvad der er markedsføringsmæssigt acceptabelt var nået, og at grænsen i nogle konkrete tilfælde var overskredet (se fx sagen 1997-2011/5-87 som nævnt under afsnit 2.1.2.2.). Forbrugerombudsmanden henstillede på denne baggrund over for erhvervslivet, at man også i lyset af, at Nationalbanken havde givet udmeldinger om, at det var vigtigt at undgå en overophedning af den danske økonomi, fremover dæmpede aggressiviteten i markedsføringen af de nævnte typer kreditfaciliteter overfor forbrugere og navnlig, at man undgik tilbud, som på unuanceret måde fremhævede fordelene ved den pågældende kreditfacilitet. (1997-110/1-6)

### **2.1.2.2. Aggressiv markedsføring af lånetilbud ved juletid**

En forbruger rettede henvendelse til Forbrugerombudsmanden, fordi hans datter på 21 år havde modtaget et tilbud om et lån på 25.000 kr. fra sin bank. I lånetilbudet stod, at "Julen varer længe koster mange penge ...!". Sammen med tilbudet var et lånekort, som kunne "prikkes ud" og opbevares sammen med kundens Dankort. Hvis kunden manglede penge, kunne hun blot betale med Dankort, hvorefter banken ville lægge pengene ud, indtil lånet formelt var etableret.

Der var efter Forbrugerombudsmandens vurdering tale om en fremgangsmåde, som havde til hensigt at øge bankens forbrugslån, og som måtte opfattes som aggressiv. Der var tale om personlige henvendelser til kunder, som blev udstyret med en kreditfacilitet, som de ikke havde bedt om. En sådan fremgangsmåde vil særligt op til jul uden tvivl medføre etablering af uønskede og impulsrelaterede kreditter. Etablering af kredit bør ske på baggrund af en personlig anmodning. Forbrugerombudsmanden fandt, at denne form for markedsføring var så påtrængende, at den var i strid med god markedsføringskik, og anmodede banken om, at denne i fremtiden afholdt sig fra at benytte sådanne aggressive fremgangsmåder.

Banken var imidlertid ikke enig med Forbrugerombudsmanden. Det var bankens opfattelse, at der med lånekortet alene var tale om et tilbud om kredit, som kunden kunne tage stilling til. Den enkelte kunde var forinden udsendelsen af tilbudet kreditvurderet.

Forbrugerombudsmanden fastholdt sit synspunkt, men ønskede ikke at forfølge den konkrete sag nærmere. Den konkrete sag var medvirkende til, at Forbrugerombudsmanden i foråret 1997 til erhvervs- og interesseorganisationer henstillede, at erhvervslivet fremover dæmper aggressiviteten i markedsføringen af kreditfaciliteter (1997-2011/5-87)

### **2.1.2.3. Intensiv markedsføring af FlexLån**

Forbrugerombudsmanden blev i foråret i 1997 opmærksom på en intensiv markedsføring af en ny type realkreditlån kaldet FlexLån. Et FlexLån er et rentetilpasningslån. Dette indebærer, at lånet er følsomt over for renteutviklingen i samfundet. Hvis renten på de korte obligationer stiger, vil de månedlige ydelser på lånet også stige. Lånene blev markedsført af et dansk realkreditinstitut og en samarbejdende ejendomsmæglerkæde. Forbrugerombudsmanden gennemgik selskabernes reklamemateriale mv.

Det var Forbrugerombudsmandens vurdering, at de annoncer, som realkreditinstituttet og ejendomsmæglerkæden markedsførte sig med, ikke var tilstrækkelig afbalancerede. Annoncerne fokuserede ensidigt på de økonomiske fordele og afspejlede ikke de ulemper, der er ved lånene. Netop fordi lånene er følsomme over for renteutviklingen i samfundet, fandt Forbrugerombudsmanden, at det af annoncerne burde fremgå, hvilke konsekvenser en rentestigning har. Forbrugerombudsmanden kritiserede også andre forhold ved markedsføringen.



Forbrugerombudsmanden opfordrede realkreditinstituttet og ejendomsmæglerkæden til at indrette markedsføringen på en række punkter. Opfordringen blev fulgt, og markedsføringen blev indrettet i overensstemmelse med god markedsføringsskik. (1997-202/5-24)

#### **2.1.2.4. Besøgs-gaver**

Et naturgasselskab tilbød i efteråret 1995 potentielle kunder valget mellem en kaffemaskine, en slagbormaskine og en håndmixer (værdi: 400-500 kr.), hvis forbrugeren sagde ja til at få besøg af en konsulent, der ville fortælle mere om selskabets tilbud på naturgas og lavenergifyr. Formålet med besøget var naturligvis at indgå en aftale om levering af naturgas, men det fremgik klart, at modtagelse af gaven var uforpligtende. Såfremt forbrugeren indgik en aftale med naturgasselskabet, blev forbrugeren indrømmet 14 dages fortrydelsesret.

Salgsmetoden var ikke i strid med dørsalgsløven men Forbrugerombudsmanden fandt, at fremgangsmåden var i strid med god markedsføringsskik, idet selskabet købte sig adgang til private hjem, hvor der var frit slag for de gode salgsargumenter.

Forbrugerombudsmanden anlagde sag ved Sø- og Handelsretten med påstand om, at det skulle forbydes naturgasselskabet at tilbyde forbrugere gaver, hvis købspris i detailsalg oversteg 100 kr., subsidiært 300 kr., når gaven var betinget af, at forbrugeren fremsatte en begæring om og modtog besøg på bopælen af en af naturgasselskabets salgskonsulenter.

Sø- og Handelsretten frifandt naturgasselskabet for Forbrugerombudsmandens forbudspåstand med den begrundelse, at tilbudet om en gave ikke var bestemmende for, om forbrugeren indgik en aftale med naturgasselskabet, idet der var tale om en stor investering, idet modtagelsen af gaven var uforpligtende, og idet der blev givet 14 dages fortrydelsesret.

Forbrugerombudsmanden, der fandt at sagen var af principiel betydning, ankede til Højesteret, der udtalte, at fremgangsmåden for så vidt var egnet til at modvirke nogle af de beskyttelseshensyn, der ligger bag forbudet i dørsalgsløvens § 2. Det måtte imidlertid anses for at være et naturligt led i naturgasselskabets markedsføring at lade en konsulent besøge husejere, der overvejer at tilslutte sig naturgasnettet, med henblik på at rådgive om tilslutningsmuligheder m.m. Da forbrugeren endvidere efterfølgende måtte kontakte og indgå aftale med en VVS-installatør, fandt Højesteret, at naturgasselskabet også af denne grund måtte frifindes. (1996-324/5-3)

#### **2.1.2.5. Selvmord som blikfang**

I november 1997 udsendte et urfirma som et led i en større markedsføringskampagne en reklameavis, hvor man anvendte selvmord som blikfang for reklamen for ure. Reklameavisen, der var emballeret i en "ligpose", indeholdt billeder af 8 iscenesatte selvmord og skulle omdeles på 400 caféer og restauranter landet over. Sloganet for reklameavisen var "Why kill time, when you can kill yourself".

Forbrugerombudsmanden blev gennem pressen opmærksom på reklameavisen og meddelte urfirmaet, at materialet fandtes i strid med markedsføringslovens §1 om god markedsføringssskik, idet det hos forbrugerne ville fremkalde stærke virkninger og dermed måtte anses for uetisk og utilbørlig. Forbrugerombudsmanden meddelte samtidig, at et foreløbigt forbud i henhold til markedsføringslovens § 21 ville blive nedlagt, med mindre firmaet straks trak reklameavisen tilbage.

Efter forhandling med urfirmaet samt reklamebureauet blev reklameavisen trukket tilbage inden for den af Forbrugerombudsmanden angivne tidsfrist, og urfirmaet gav et tilsagn i henhold til markedsføringslovens §16 om ikke at anvende reklameavisen.

I forbindelse med forhandlingerne indleverede urfirmaet en revideret udgave af reklameavisen, som Forbrugerombudsmanden blev anmodet om at tage stilling til, jf. markedsføringslovens §18 (forhåndsbesked). I den reviderede udgave var billederne af de iscenesatte selvmord revet ud, men på en sådan måde at man tydeligt kunne se, at noget var revet ud af reklameavisen.

Forbrugerombudsmanden tilkendegav, at idet den reviderede udgave af reklameavisen måtte opfattes som en fortsættelse af den oprindelige kampagne, var denne tillige i strid med god markedsføringssskik. Den reviderede udgave blev på den baggrund ikke distribueret. (1997-641-5-5)

#### ***2.1.2.6. Reklamebureaus brug af billede af en fødende kvinde som led i en markedsføringskampagne rettet mod en særlig målgruppe. Da markedsføringen skete i et dagblad, kunne den virke anstødelig på andre end målgruppen***

For at promovere sig selv indrykkede et reklamebureau en række annoncer i dagbladet Jyllands-Posten. Til illustration af annoncebudskabet blev der blandt andet brugt et billede af en fødende kvinde.

En forbruger klagede over, at på billedet af den fødende kvinde var kvindens hoved skåret bort, og der var indsat et hajagtigt gab, ligesom billedet viste et glatbarberet skød, selv om hospitalerne for længst var holdt op med dette. Forbrugeren var derfor af den opfattelse, at der var tale om en opstilling i markedsføringsøjemed, hvor fødesituationen såvel som det nyfødte barn og kvindens underliv på overrumplende vis blev inddraget i annoncørens markedsføringskampagne. Det var forbrugeren opfattelse, at annoncens kulisse ikke udviste respekt for kvinden og for kvindens smerte i fødselsforløbet, ligesom forbrugeren mente, at der var ved at gå mode i at bruge en fødesituation, eventuelt med seksuel undertone. Forbrugeren ønskede derfor Forbrugerombudsmandens stillingtagen vedrørende brug af fødesituationer, nyfødte og kønsorganer i markedsføringssammenhæng.

En anden forbruger klagede over brug af det samme billede samt et billede fra en begravelsesscene og fandt begge reklamebilleder krænkende, da der var tale om billeder af private, intime og også højtidelige begivenheder, som ikke var egnet til reklamebrug.

Reklamebureauet oplyste, at man havde modtaget mange reaktioner på annonsekampagnen såvel af positiv som negativ karakter. Bureauets primære opgave var at løse kommunikationsopgaver for et bredt udsnit af dansk erhvervsliv, og man valgte at gennemføre en annonsekampagne i Jyllands-Posten, der havde til formål at styrke bureauets profil i relation til bureauets kompetencer inden for strategisk kommunikationsudvikling. Annonsekampagnen var tilrettelagt med 5 annoncer, og målgruppen var professionelle reklamekøbere inden for livsstilsbrancherne. Budskabet i kampagnen var 4 historier om strategiske udfordringer i en virksomheds liv med etableringsfasen, effektiviseringsfasen, ekspansionsfasen og diversifikationsfasen. I disse faser blev de 5 annoncer illustreret med henholdsvis en fødende kvinde, et billede af konfirmander, et bryllupsbillede og et billede af en blomstersmykket kiste i et kapel. De anvendte billeder var indkøbte pressebilleder fra professionelle pressefotografer, og ingen af billederne var manipulerede.

Reklamebureauet anførte over for Forbrugerombudsmanden, at i relation til målgruppen og kampagnens hovedformål fandt man ikke annoncerne anstødelige, men man erkendte, at medievalget, et dagblad som Jyllands-Posten, var et kontroversielt valg, da mange læsere ikke havde forudsætningerne for at afkode budskaberne og således heller ikke forstod grundteksten. Det havde ikke været reklamebureauets hensigt, at kampagnen skulle virke anstødelig, og erfaringerne fra denne kampagne indebar, at man ved fremtidige imagekampagner nøje ville overveje medievalget.

Forbrugerombudsmanden udtalte, at efter hans opfattelse var brugen af de angivne billeder med motiver fra personlige stadier i et menneskes livsforløb næppe generelt egnet til at blive brugt i en markedsføringskampagne, når det valgte medie henvendte sig til hele befolkningen og ikke kun til den særlige målgruppe, som budskabet var beregnet for. Brug af disse motiver i markedsføringsmæssig sammenhæng fandt han under de givne omstændigheder kunne virke anstødelige på mange almindelige læsere af Jyllands-Posten. Forbrugerombudsmanden henstillede derfor, at reklamebureauet i sin fremtidige markedsføring nøje overvejede indhold og midler i relation til medievalg, således at brug af budskaber mv., der vil kunne virke uetisk eller anstødelig på andre end målgruppen, ikke blev anvendt i almene medier. (1996-989/5-80)

#### **2.1.2.7. Forespørgsel om "Interaktiv Voice Response"**

Forbrugerombudsmanden modtog en forespørgsel om lovligheden af "Interaktiv Voice Response" hvor en erhvervsdrivende kontakter forbrugere pr. telefon. Når telefonen blev taget, ville forbrugeren ikke komme i forbindelse med en person, men en forudindtalt besked ville blive afspillet. Forbrugeren kunne herefter ved hjælp af telefonens trykknapper få oplysning om produkter og eventuelt få etableret kontakt til sælger. Der ville også kunne blive tale om meningsundersøgelser.

Det, der skulle sælges på denne måde, var avisabonnementer, forsikringer og bogklubtilbud, som er nogle af de få ydelser, hvor erhvervsdrivende må foretage uanmodede telefoniske henvendelser med henblik på salg.

Forbrugerombudsmanden meddelte, at anvendelsen af materialet, som det forelå, efter hans opfattelse var i strid med god markedsføringskik, jf. markedsføringslovens § 1. I bedømmelsen lagde Forbrugerombudsmanden vægt på, at en sådan form for telefonisk henvendelse af mange forbrugere ville blive opfattet som en grov indtrængen i hjemmet. Denne form for henvendelse vil belaste og forstyrre på en utilbørlig og urimelig måde og gribe forstyrrende ind i privatlivets fred, uden at forbrugerne faktisk har mulighed for at hindre sådanne henvendelser. Det var Forbrugerombudsmandens opfattelse, at en markedsføring som skitseret ville blive til stor gene for forbrugerne. Forbrugerombudsmanden henlede endvidere opmærksomheden på artikel 10 i direktiv 97/7/EF om forbrugerbeskyttelse i forbindelse med aftaler vedrørende fjernsalg. Bestemmelsen er endnu ikke implementeret i dansk ret.

### **2.1.3. Diskriminerende markedsføring**

#### **2.1.4. Inkasso**

##### ***2.1.4.1. Inkassofirmas formulering af frivilligt forlig. Ægtefællehæftelse***

Et inkassofirma tilsendte de debitorer, hos hvem de havde fået til opgave at inkassere fordringer, rykkerskrivelser og forslag til frivillige forlig, hvori bl.a. var anført, at "såfremt gælden vedrører varer/tjenesteydelser, der har forbindelse med familiens underhold, skal Deres ægtefælle tillige underskrive, og begge underskrivere hæfter solidarisk".

§ 11 i lov om ægteskabets retsvirkninger (retsvirkningsloven) hjemler en fælleshæftelse for en række indkøb, som en ægtefælle foretager med henblik på den daglige husførelse mv. Bestemmelsen giver således en kreditor mulighed for at rette ubetalte krav mod begge ægtefæller, såfremt indkøbet er omfattet af bestemmelsen.

Sagen blev forelagt for Civilretsdirektoratet, som oplyste, at efter § 11 skal indkøbet være "sædvanligt" til fyldestgørelse af bestemte behov ("daglige husholdningsforbrødenheder", "børnenes forbrødenheder", "hustruens særlige behov"). Selvom et køb efter sit objektive indhold er omfattet af § 11, hæfter den anden ægtefælle dog ikke, hvis den, med hvem retshandlen er indgået, indså eller burde indse, at købet lå uden for det efter forholdene rimelige, jf. § 11, stk. 3. Indkøb af varer eller ydelser til familiens underhold vil således ikke altid være omfattet af retsvirkningslovens § 11. Reglen gælder endvidere kun under samliv og gælder således ikke, hvis samlivet er ophævet på grund af uoverensstemmelser.

På baggrund af Civilretsdirektoratets præciseringer af anvendelsesområdet for § 11 i retsvirkningsloven meddelte Forbrugerombudsmanden inkassofirmaet, at han fandt det bedre i overensstemmelse med god markedsføringskik, jf. markedsføringslovens § 1, såfremt det af skrivelserne og det frivillige forlig fremgik, at ægtefællernes hæftelse i medfør heraf svarede til retsvirkningslovens regler herom. Forbrugerombudsmanden anmodede derfor inkassoselskabet om at ændre sin skrivelser i overensstemmelse hermed.

Inkassofirmaet sendte kort tid efter en bekræftelse til Forbrugerombudsmanden på, at man havde ændret sine skrivelser, samt et forlig i overensstemmelse med det af Forbrugerombudsmanden anførte, hvorefter sagen blev afsluttet. (1996-222/5-30)

### **2.1.5. Negativ aftalebinding**

### **2.1.6. Alkohol**

### **2.1.7. Markedsføringslovens anvendelsesområde**

### **2.1.8. Samfundsmæssige hensyn**

#### ***2.1.8.1. En pladeudgiver anvendte i markedsføringen for MiniDisc's ikoner, hvoraf nogle også skulle være præget i Ecstasy- piller***

Under overskrifterne »XX bruger Ecstasy« og »Ulovligt at bruge Ecstasy i reklame« bragte et formiddagsblad to store helsidesartikler om en pladeudgivers markedsføringskampagne for et nyt produkt, Mini Disc'en. Af begge artikler fremgik det, at pladeudgiveren forsøgte at fange det unge publikum med klare symboler for narkostoffet Ecstasy.

Pladeudgiverens kampagne var bygget op omkring 35 forskellige billeder og ikoner, der alle symboliserer forskellige musikgenrer. Disse symboler dækkede alt, lige fra en cowboy til hest (Country & Western), over et billede af Bob Marley (reggae-musikken) til et ikon med et hjerte og ordet "love".

Ud af disse 35 ikoner havde formiddagsbladet udvalgt 5, som ifølge bladets oplysninger også skulle være symboler på forskellige former for Ecstasy-piller, idet symbolerne var præget på pillerne. De fem nævnte symboler var:

- "Smiley" har gennem mange år været symbolet på begrebet "Acid Dance Music", og er i øvrigt blevet brugt som symbol for en lang række produkter og værdier. Det bruges således også som symbol på bycyklerne i København.
- Ringen med dødningshovedet er et kendt symbol på "Heavy Metal Music".
- Hjertet med ordet Love er tilsvarende internationalt accepteret som et symbol på det, der betegnes som Sweet eller Candy musik og har været brugt som sådan i mere end 30 år.
- Manden med frisuren som et hanekam ved enhver med blot minimal kendskab til musikverdenen er symbolet på Punk musik
- Lava lampen, der er tilsvarende kendt og accepteret for det, der kaldes 70'ernes Retro musik.

Pladeudgiveren rettede på baggrund af artiklerne henvendelse til Forbrugerombudsmanden, da han i et telefoninterview til formiddagsbladet havde oplyst, at han muligvis ville tage sagen op af egen drift. I henvendelsen oplyste pladeudgiveren, at man ikke havde undersøgt, om ikonerne også skulle være symboler

på forskellige former for Ecstasy-piller, og at man intet kendskab havde til dette kriminelle marked. Hvis oplysningerne var korrekte, var det i så fald de illegale producenter, der havde "stjålet" eller misbrugt disse ikoner fra musikkens verden.

Pladeudgiveren oplyste videre, at fakta er, at alle fem symboler i årevis har været brugt i den musikalske verden som symbol på forskellige musikretninger. Disse ikoner har således været brugt som symboler for de nævnte musikretninger længe før, der var noget, der hed Ecstasy.

Forbrugerombudsmanden udtalte i et brev til pladeudgiveren, at han ikke havde modtaget en egentlig anmeldelse af pladeudgiverens markedsføringskampagne, ligesom han endnu ikke af egen drift havde taget sagen op til behandling.

Under henvisning til oplysningerne om brug af ikoner/billeder i musikverdenen samt til, at der er en naturlig sammenhæng mellem det produkt, der udbydes til salg, og anvendelsen af symbolerne, samt det forhold, at de omtalte 5 billeder anvendes sammen med 15 andre billeder, der ligeledes symboliserer forskellige musikgenrer uden samtidig at være symboler for Ecstasy, udtalte Forbrugerombudsmanden, at han ikke fandt, at den konkrete annonce var i strid med god markedsføringsskik, jf. markedsføringslovens § 1. Han lagde endvidere vægt på, at nogle af de nævnte symboler har været anvendt i mange forskellige sammenhænge gennem tiderne, hvorfor det må tillægges betydning, at der ikke er et sådant sammenfald mellem afbildningen af symbolerne på Ecstasy piller og de i reklamen afbildede symboler, at det må antages, at reklamen indirekte sender signaler om narkomisbrug.

Forbrugerombudsmanden pointerede afslutningsvis, at billeder, der kan symbolisere narkotiske stoffer almindeligvis ikke bør anvendes i markedsføringen, idet det efter Forbrugerombudsmandens opfattelse er i strid med god markedsføringsskik at kæde stofmisbrug, som er et alvorligt samfundsproblem, sammen med salg af varer. (1997-571/5-54)

## **2.1.9. Andet**

### ***2.1.9.1. Udgivelse af en "telefonspøg" på en cd***

Forbrugerombudsmanden fik en anmodning fra en advokat om at afgive en udtalelse i en sag. Det drejede sig om en lokalradio, der havde udgivet en cd, som blandt andet indeholdt en telefonsamtale mellem en journalist fra lokalradioen og advokatens klient. Der var tale om en såkaldt telefonspøg. Advokatens klient havde ikke meddelt samtykke til udgivelsen af samtalen på en cd.

I denne anledning udtalte Forbrugerombudsmanden, at det var hans opfattelse at det var i strid med god markedsføringsskik, jf. markedsføringslovens § 1, at udgive en telefonsamtale på en cd eller lignende uden forudgående tilladelse fra den eller de medvirkende personer. Dette gælder, uanset om cd'en skal distribueres gennem sædvanlige salgskanaler eller om den skal benyttes i markedsføringsøjemed.

Forbrugerombudsmandens udtalelse førte til indgåelse af et forlig mellem lokalradioen og advokaten. (4014/5-28)

### **2.1.9.2. Kundeoplysninger tilgængelige på Internettet**

I starten af 1997 introducerede et stort dansk pengeinstitut på sin hjemmeside på Internettet et låneskema. Skemaerne kunne udfyldes af kunden og sendes elektronisk til banken. Skemaerne indeholdt bl.a. oplysninger om navn, adresse, cpr.nr., indtægtsforhold m.m.

På grund af en systemfejl var der under visse omstændigheder mulighed for, at internetbrugere kunne læse de udfyldte skemaer. Oplysningerne var tilgængelige for uvedkommende i ca. 14 dage, inden fejlen blev rettet.

Registertilsynet udtalte kritik af, at banken ikke havde truffet de nødvendige sikkerhedsforanstaltninger mod, at oplysningerne kom til uvedkommendes kendskab. Tilsynet tog til efterretning, at der var tale om en fejl, og at banken ville revidere og forbedre bankens testprocedurer og kontroller.

Forbrugerombudsmanden fandt markedsføringslovens § 1 overtrådt, idet banken ikke på fornøden måde havde sikret, at fortrolige oplysninger om forbrugere opbevares, så oplysningerne er utilgængelige for tredjemand.

Finanstilsynet tog bankens redegørelse om hændelsesforløbet til efterretning. (1997-2011/5-104)

### **2.1.9.3. Lancering af nyt kreditkort. Kreditaftaleloven ikke overholdt**

En bank lancerede et kreditkort, som reelt var et Dankort med en tilknyttet kredit. Ved hævnings opkrævedes der et gebyr på 5 kr. Ved udsendelse af kontoudskrifter opkrævedes der endvidere 10 kr. Disse gebyrer havde banken ikke medtaget i beregningen af de årlige omkostninger i procent (ÅOP), hvilket kreditaftaleloven ellers foreskriver. Dette skyldtes ifølge banken, at særligt hævegebyret på 5 kr. var af en sådan type, at det på forhånd var umuligt at vurdere størrelsen af gebyrudgiften. Banken havde derfor valgt i tilknytning til de øvrige kreditoplysninger at oplyse beregningsmåden for hævegebyret.

Forbrugerombudsmanden meddelte banken, at såvel hævegebyret som gebyret for kontoudskrifter skal indgå i beregningen af et ÅOP. Forbrugerombudsmanden foreslog, at banken ved beregningen indlagde forskellige realistiske forudsætninger for udnyttelse af kontoen og lod denne omkostning indgå i beregningen. Dette kunne fx ske ud fra en forudsætning om, at kortet bruges 10, 25 og 50 gange om året.

Banken meddelte herefter, at såvel hævegebyret som gebyret for kontoudskrifter fremover ville indgå i beregningen af ÅOP, og at man ville anvende den foreslåede løsning. (1997-2011/5-84)

#### **2.1.9.4. Billige bilforsikringer**

Forbrugerombudsmanden har modtaget et stigende antal sager fra forbrugere, der får tilbudt at tegne en forsikring til en særlig fordelagtig forsikringspræmie fx i forbindelse med køb af en bil eller ved samlerabatordninger. Af forskellige årsager, der ikke direkte kan lastes den pågældende forsikringstager, opsiges forsikringsselskabet til hovedforfald forsikringen, eller der sker en markant stigning i forsikringspræmien. Det betyder, at forsikringstageren måske kun har haft forsikring til den billige præmie i en periode på under et år.

Det kan være særdeles belastende for en forsikringstager, der ikke har kunnet overskue, at der kort tid efter tegning af forsikringen kan blive tale om en markant præmieforhøjelse eller opsigelse. Forsikringstageren har typisk disponeret i forhold til forsikringens prisniveau og kun forventet mindre reguleringer. Der er ofte tale om, at en billig forsikring tilbydes af bilforhandleren i forbindelse med et bilkøb, hvor forhandleren har indgået aftale med et forsikringsselskab. En billig forsikringspræmie kan være en medvirkende årsag til, at bilen købes hos den pågældende forhandler.

På baggrund af en konkret henvendelse skrev Forbrugerombudsmanden i november 1997 til Rådet for Dansk Forsikring og Pension, at det var hans opfattelse, at det kan være i strid med god markedsføringskik, hvis selskaberne ved denne type ordninger underbyder prisniveauet for at erhverve forsikringskunder for efter en kort periode at forhøje præmien betydeligt.

Forbrugerombudsmanden anmodede Rådet for Dansk Forsikring og Pension om at være opmærksom på denne problemstilling og anførte, at det ville være ønskeligt, om forsikringsselskaberne ikke tegner forsikringer, når selskabet ved eller burde vide, at der kort tid efter vil ske en betydelig ændring i forsikringsforholdet.

Forbrugerombudsmanden tilkendegav, at han ikke ville foretage sig yderligere på dette tidspunkt, men at henvendelsen ville indgå i Forbrugerombudsmandens generelle erfaringsmateriale. (1997-203/5-10)

## **2.2. Lovens § 2**

### **2.2.1. Vildledende angivelser**

#### **2.2.1.1. EF-Domstolens præjudicielle afgørelse om national indgriben over for tv-reklamer, der er i strid med national lovgivning, men som opfylder tv-direktivet og det lands tv-regler, hvorfra reklamen opsendes**

De Europæiske Fællesskabers Domstol har den 9. juli 1997 truffet en principiel afgørelse i tre sager, der var indbragt af den svenske forbrugerombudsmand.

Sagerne drejede sig om, i hvilket omfang et land kan gribe ind over for en tv-reklame, der er i strid med national lovgivning, når reklamen opfylder tv-direktivet og det lands tv-regler, hvorfra reklamen opsendes.



Det fremgår af dommen, at tv-direktivet ikke er til hinder for, at en medlemsstat i henhold til generelle bestemmelser om beskyttelse af forbrugerne mod vildledende reklame griber ind over for en annoncør på grund af en tv-reklame, som udsendes fra en anden medlemsstat.

Dommen er blevet drøftet i Radio- og TV-Reklamenævnet på et møde. Nævnet består af 3 medlemmer, hvor det ene medlem er Forbrugerombudsmanden. Man var i nævnet enige om, at afgørelsen betyder, at man nationalt kan gribe ind over for tv-reklamer, der udsendes fra en anden medlemsstat. Denne indgriben vil alene kunne ske i forhold til annoncøren og ikke over for tv-selskabet, jf. tv-direktivet.

Afgørelsen ændrer ikke på nævnets kompetence, idet nævnet som hidtil ikke kan påtale annoncørers overtrædelser af nationale regler i sager om tv-reklamer i TV3 og andre tv-kanaler, der udsendes fra anden medlemsstat. Det er Forbrugerombudsmanden, der har kompetencen i sådanne sager.

Der er i dommen ikke taget stilling til den situation, hvor annoncøren er den samme, som tv-selskabet, men det er Forbrugerombudsmandens vurdering, at selskabet i denne situation skal behandles som annoncør. Det vil sige, at Forbrugerombudsmanden har mulighed for at påtale tv-selskabets reklamer for egne programmer/produkter.

Forbrugerombudsmanden sendte et "Hyrdebrev" til relevante erhvervs- og forbrugerorganisationer mv., hvori han orienterede om dommen og om nævnets drøftelse. I brevet meddelte Forbrugerombudsmanden, at han ville skærpe opmærksomheden over for tv-reklamer i programmer, der sendes fra andre EU-lande. Der vil bl.a. kunne blive tale om, at Forbrugerombudsmanden tager sager op over for en annoncør, såfremt det kan konstateres, at der foreligger vildledende reklame i strid med markedsføringslovens § 2.

Forbrugerombudsmanden indskærpede derfor, at den danske markedsføringslovs forbud mod vildledende reklame i § 2 skal overholdes, selv om opsendelsen af en tv-reklame sker fra et andet EU-land end Danmark.

#### ***2.2.1.2. Pengeinstitutters annoncering for forsikringsprodukter***

Forbrugerombudsmanden modtog en klage over en annonce i dagspressen. Annoncen var indrykket af en bank, der reklamerede for et husforsikringsprodukt. Overskriften i annoncen var "... men det mest rådne er, at min forsikring ikke dækker ....". Herefter fulgte følgende tekst:

*"Udvidet husforsikring. -*

Der kommer en dag for mange husejere, hvor der skal gøres brug af husforsikringen.

En trist dag for dem, som må erfare, at skaden ikke kan dækkes.

Den slags dage kommer De bedst udenom ved at komme ind i X-bank, som også har et forsikringssselskab.

Her kan De få klar besked om, hvad vores forsikringer dækker. Og det er for øvrigt ikke så lidt.

For eksempel er De med en udvidet husforsikring økonomisk rustet mod både råd-, svampe-, insekt- og skjulte

rørskader; for blot at nævne nogle af de fordele De kan komme ind og høre mere om. Uanset om De er kunde i banken."

Klager mente, at annoncen var vildledende, mangelfuld og misrekommanderende i forholdet mellem banker og forsikringsselskaber, og at annoncen gav traditionelle forsikringsprodukter en nedsættende omtale. De skadetyper, der nævntes sidst i annoncen, var alle uden videre omfattet af en traditionel parcelhusforsikring i det forsikringsselskab, der klagede.

Forbrugerombudsmanden fandt, at annoncen var et generelt budskab om at drøfte sine forsikringer, herunder dækningsomfanget, med sin forsikringsrådgiver for herved at undgå ubehagelige overraskelser.

Forbrugerombudsmanden meddelte annoncøren, at han forudsatte, at samtlige filialer i pengeinstituttet var i stand til at give fyldestgørende rådgivning om forsikring. I modsat fald ville opfordringen i annoncen om at "komme ind i X-bank" være vildledende.

Da pengeinstituttet ikke havde haft kommentarer til husstandsforsikringens dækningsomfang, gik Forbrugerombudsmanden ud fra, at det forholdt sig som beskrevet af forsikringsselskabet, der klagede, nemlig at de skadetyper, der nævntes i annoncen, alle var omfattet af forsikringsselskabets traditionelle parcelhusforsikring. Således som annoncen var udformet, kunne det ikke udelukkes, at visse læsere ville opfatte annoncen således, at en udvidet husforsikring i annoncørens forsikringsselskab gav en bedre dækning end traditionelle husforsikringer.

Disse læsere vil formentlig i mange tilfælde uden videre henvende sig til pengeinstituttet uden først at have undersøgt egne forsikringsbetingelser eller kontaktet eget forsikringsselskab. I denne forbindelse må man have for øje, at forsikringsbetingelserne generelt ikke er let tilgængeligt stof for forsikringstagerne.

På denne baggrund henstillede Forbrugerombudsmanden, at pengeinstituttet udformede fremtidigt markedsføringsmateriale således, at forbrugerne ikke kunne få det indtryk, at pengeinstituttets forsikringsselskab giver en bedre dækning end andre forsikringsselskaber. (1996-203/5-70)

### ***2.2.1.3. Hollandsk blomsterfirmas markedsføringskampagne igen i strid med markedsføringsloven***

Forbrugerombudsmanden modtog mange klager vedrørende Bakkers markedsføringskampagne i Danmark i 1997. Bakker sendte personligt stilede reklamer og lodder til forbrugerne. I et følgebrev stod der bl.a., at "... har De lodnummer SN 23898, har De ret til et Sony Triniton Panorama TV som hovedgevinst". Dette nummer fandtes imidlertid på formentlig alle lodderne, og der var ikke tale om, at man havde vundet et tv. Lodnummeret gav alene ret til at deltage i en konkurrence om et tv. Efter en gennemgang af markedsføringsmaterialet fandt Forbrugerombudsmanden, at markedsføringskampagnen var vildledende og i strid med markedsføringslovens § 2.

Som omtalt i Juridisk Årbog 1996 har Forbrugerombudsmanden ført en straffesag ved Sø- og Handelsretten om lignende markedsføringskampagner. Firmaet vedtog i marts 1997 en bøde på 100.000 kr. for overtrædelse af markedsføringsloven. Samtidig med vedtagelsen af bøden lovede firmaet at tilpasse sin markedsføring til de danske forhold. Da dette ikke skete, tog Forbrugerombudsmanden igen generel kontakt til Bakker om firmaets markedsføring i Danmark. Der blev afholdt et møde, hvor Forbrugerombudsmanden præciserede, at det tydeligt skal fremgå af markedsføringsmaterialet, hvilke produkter der markedsføres. Biydelse som konkurrencer, gaver o.l.. må ikke fremstå som essensen af materialet. Der blev henvist til, at det er muligt at få en forhåndsudtalelse om et påtænkt markedsføringstiltag efter markedsføringslovens § 18.

Forbrugerombudsmanden orienterede EU-Kommissionen DG 24 samt det hollandske Consumentenbond om sagen. Forbrugerombudsmanden udsendte endvidere en pressemeddelelse, hvor forbrugerne blev opfordret til ikke at handle med firmaet med henvisning til, at det ikke behandlede kunderne seriøst. (1997-351/5-52)

## **2.2.2. Vildledende prisangivelser**

### ***2.2.2.1. Forbrugerombudsmanden stævner lavprisvarehus i sag om prismarkedsføring***

I 1994 og i 1995 klagede forskellige supermarkeder/lavprisvarehuse over konkurrenternes markedsføring af deres varer ved brug af udsagn om prisniveau. Forbrugerombudsmanden gik ind i sagerne og anmodede de erhvervsdrivende om at ophøre med brug af prisudsagn, der ikke kunne dokumenteres. Netto, Kvikly, Salling Supermarked og Føtex indvilligede i at ændre deres markedsføring i overensstemmelse med Forbrugerombudsmandens henstilling.

Kun ét af de berørte lavprisvarehuse fortsatte uændret med at markedsføre sig ved brug af udtryk som fx "XX bare billigere", "Billigst med det hele" og "Danmarks laveste priser".

Forhandlinger med lavprisvarehuset førte ikke til, at varehuset ophørte med denne form for markedsføringsudtryk.

På den baggrund fandt Forbrugerombudsmanden det nødvendigt i maj 1997 at udtage stævning ved Sø- og Handelsretten vedrørende dette lavprisvarehus' aggressive prismarkedsføring.

Af stævningen fremgår bl.a., at Forbrugerombudsmanden ønsker lavprisvarehusets anerkendelse af, at reklameudsagn, der indeholder sammenlignende prisangivelser vedrørende faktiske forhold, skal kunne dokumenteres.

Dernæst har Forbrugerombudsmanden nedlagt påstand om, at det forbydes lavprisvarehuset at anvende sådanne reklameudsagn indeholdende sammenlignende prisangivelser, med mindre disse udsagn kan dokumenteres på en nærmere beskrevet måde.

Forbrugerombudsmanden har opstillet følgende krav til dokumentationen, for at anse den i overensstemmelse med markedsføringslovens § 2, stk. 4:

Erhvervsdrivende, der markedsfører sig ved anvendelse af udsagn, der indeholder sammenlignende prisangivelser, skal kunne dokumentere rigtigheden deraf ved en faglig forsvarlig prisundersøgelse, der skal være baseret på en sammenligning af samtidigt indhentede priser på identiske varer hos den erhvervsdrivende og de forretninger, som man sammenligner sig med, ligesom de anvendte udsagn skal være repræsentative for prisundersøgelsens resultat, og tidspunktet for undersøgelsens foretagelse skal gives i annoncen på iøjnefaldende måde og i umiddelbar tilknytning til udsagnene.

Forbrugerombudsmanden har under sagen givet udtryk for, at man ønsker lavprisvarehusets dokumentation for alle de anvendte markedsføringsudsagn, der er omfattet af sagen, på den af Forbrugerombudsmanden anviste måde.

Det er Forbrugerombudsmandens grundlæggende synspunkt, at alle, der markedsfører sig ved anvendelse af udsagn, der indeholder sammenlignende prisangivelser, skal kunne dokumentere deres udsagn.

Krav til dokumentationen

Hvad enten der er tale om specifikke sammenligninger med afgrænsede konkurrenter, eller om der er tale om generelle udsagn, der indeholder en sammenligning, men ikke en angivelse af, hvem man sammenligner sig med, eller *hvilke varer*, sammenligningen gælder, ændrer det ikke på, at der er et dokumentationskrav, som skal være opfyldt af den erhvervsdrivende.

Dokumentationskravet vil kunne være forskelligt afhængigt af, om man sammenligner sig med én konkurrent, eller om man angiver at være billigere i forhold til alle andre eller i forhold til en ikke nærmere angivet kreds af udbydere af samme varer. Jo bredere man formulerer sig, desto større krav stilles der til dokumentationen.

Krav til udsagnet

Udsagnene må ikke gå ud over, hvad undersøgelsen har dokumenteret. Er det for eksempel dokumenteret, at man i *gennemsnit* hen over en periode har været billigere end de konkurrenter, man sammenligner sig med, eller har man dokumenteret, at man er billigere i forhold til de *betydeligste konkurrenter*, så må udsagnet ikke give udtryk for mere end dette. Det er Forbrugerombudsmandens opfattelse, at det vil 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.

Generelle udsagn som "Vi er billigere" eller "Vi har de laveste priser" vil af Forbrugerombudsmanden blive betragtet som et udsagn om absolut billighed på alle varer og i forhold til alle konkurrenter inden for det

område, hvor man markedsfører sig. Der kræves efter Forbrugerombudsmandens opfattelse ikke en nærmere angivelse af, hvem konkurrenterne er, for at betragte reklamen som sammenlignende.

Det overordnede hensyn er, at den erhvervsdrivende i resultatet af sine prisundersøgelser skal have dækning for sine reklameudsagn, og disse må ikke være egnede til gennem vildledning at påvirke udbud og efterspørgsel, jf. markedsføringsloven § 2, stk. 1.

Den aktuelle sag verserer fortsat ved Sø- og Handelsretten, og alle Forbrugerombudsmandens processkrifter i sagen offentliggøres på Forbrugerstyrelsens hjemmeside. (1996-7129/5-3).

#### **2.2.2.2. 400.000 kr. i bøde for vildledende prisangivelser**

Et lavprisvarehus markedsførte ofte sine varer ved i tilbudsavis er at sammenligne varens pris med egen førpris, med konkurrenternes normalpris eller med den vejledende pris for varen. Nogle af lavprisvarehusets konkurrenter klagede til Forbrugerombudsmanden, idet de havde opdaget, at oplysningerne om førpris, normalpris og vejledende pris i nogle tilfælde ikke var korrekte. Forbrugerombudsmanden tog sagen op til behandling, idet forbrugerne efter hans opfattelse har krav på sandfærdige, klare og utvetydige oplysninger om priser.

Forbrugerombudsmanden anmodede lavprisvarehuset om at fremlægge dokumentation for, at prisoplysningerne var rigtige på annonceringstidspunktet, og da lavprisvarehuset ikke kunne fremlægge en sådan dokumentation, indgav Forbrugerombudsmanden anmeldelse til politiet.

Medens sagen blev efterforsket, indløb endnu en klage til Forbrugerombudsmanden: En morgenavis foretog efter aftale med lavprisvarehuset og godt 20 andre dagligvarekæder jævnligt prisundersøgelser i de pågældende butikker, idet journalisterne registrerede priser på dagligvarer, hvorefter priserne blev offentliggjort og sammenlignet i morgenavisen til orientering for forbrugerne. Da morgenavisens journalister en dag indfandt sig i lavprisvarehuset for at udføre en sådan prisundersøgelse, nedsatte varehusets personale priserne på en række dagligvarer, inden journalisterne havde nået at registrere priserne.

Forbrugerombudsmanden anmeldte ligeledes dette forhold til politiet.

Der blev senere udfærdiget et anklageskrift, hvor lavprisvarehuset var tiltalt for i 17 tilfælde at have overtrådt markedsføringslovens § 2, stk. 1, stk. 2, og stk. 3.

I juni 1997 erkendte lavprisvarehuset sig i Sø- og Handelsretten skyldig i overensstemmelse med anklageskriftet, og vedtog at betale en bøde på 400.000 kr. Bøden var beregnet til det dobbelte af de markedsføringsudgifter, lavprisvarehuset havde haft i forbindelse med annoncering med de urigtige og vildledende prisangivelser jf. herved bemærkningerne til § 22 i lov nr. 428 af 1. juni 1994 om markedsføring. (1996-62/5-1 m.fl.)

### **2.2.2.3. Vildledende annoncering med før- og nupriser**

Som led i Forbrugerombudsmandens skærpede overvågning af de erhvervsdrivendes markedsføring med før- og nupriser blev Forbrugerombudsmanden gjort opmærksom på en større erhvervsdrivendes prisannoncering.

Det fremgik af det fremsendte materiale, at en frakke i september 1996 havde en normalpris på 999 kr. Samme frakke havde ved januar-udsalget 1997 en førpris på 1.699 kr. og en udsalgspris på 999 kr. Det blev af forretningen oplyst, at det var korrekt, at der var tale om samme type frakke. Prisen på 999 kr. som normalpris var fastsat på grund af et særligt indkøbt restparti af den omhandlede frakke. Frakken havde imidlertid en detailpris på 1.999 kr. Det blev dokumenteret, at den var solgt til denne pris i efteråret 1995. Forretningen fandt derfor, at der var tale om en korrekt angivet førpris i forbindelse med udsalget i januar 1997. Forretningen henviste endvidere til, at frakken blev solgt fra en række forskellige forretninger i Danmark til den af leverandøren angivne detailpris på 1.999 kr.

Forbrugerombudsmanden oplyste, at det er hans opfattelse, at en vare, der angives med en førpris, skal være solgt til denne førpris kort forinden et udsalg.

Det var derfor Forbrugerombudsmandens opfattelse, at der var tale om en overtrædelse af markedsføringslovens § 2, stk. 1, om urigtige og vildledende angivelser. Forbrugerombudsmanden henviste endvidere til § 2, stk. 4, hvoraf det fremgår, at rigtigheden af angivelser og faktiske forhold skal kunne dokumenteres.

Den erhvervsdrivende oplyste, at han fremover ville indrette sin markedsføring i overensstemmelse hermed. Forbrugerombudsmanden har noteret sig dette som et tilsagn efter markedsføringslovens § 16, stk. 2. (1997-615/5-7)

### **2.2.2.4. Ejendomsformidlers annoncering med "1/2 salær"**

Forbrugerombudsmanden fik i november 1997 en forespørgsel om, hvorvidt det var i overensstemmelse med god markedsføringsskik, at en ejendomsformidler i et åbningstilbud reklamerede med, at der kun skulle betales halvt salær, hvis huset blev sat til salg hos firmaet inden en bestemt dato. Der henvistes til, at salærtakster er ophævet både for ejendomsmæglere og advokater.

Forbrugerombudsmanden udtalte, at salær er en almindelig betegnelse for advokater og ejendomsmægleres vederlag/tjenesteydelsespris, og at anvendelse af denne betegnelse ikke er vildledende, alene fordi faste salærtakster er ophævet for disse erhverv. Det er imidlertid en forudsætning, at den pågældende erhvervsdrivende på et senere tidspunkt kan dokumentere, at åbningstilbudet reelt indebærer halv pris på tjenesteydelsen i forhold til den erhvervsdrivendes normalpris. (1997-311/5-48)

### **2.2.3. Vildledende angivelser om produkters egenskaber**

## **2.2.4. Vildledende og utilbørlige fremgangsmåder**

### **2.2.4.1. Retssag om skjult reklame**

En forhandler og en lokal tv-station var efter medieansvarsloven tiltalt i Sø- og Handelsretten for at have overtrådt markedsføringsloven ved at udsende et program, der var angivet til at være et forbrugeroplysende program om elektroterapibehandling, men som var at anse for en reklame.

Udsendelsen havde en varighed på godt halvanden time. I udsendelsen medvirkede kun én forhandler af et elektroterapiapparat, og hele udsendelsen vedrørte denne forhandlers virksomhed og salg af elektroterapiapparater og -behandlinger, i hvilken forbindelse 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.

Forbrugerombudsmanden var som medlem af Radio- og TV-reklamenævnet blevet opmærksom på udsendelsen. Der blev indledt politimæssig efterforskning og senere rejst tiltale ved Sø- og Handelsretten efter medieansvarsloven mod forhandleren og mod den ansvarshavende redaktør for tv-stationen.

Spørgsmålet om skjult reklame har tidligere været omtalt i Juridisk Årbog 1995, se materiale om skjult reklame.

Sagen var principiel, idet det var første gang Forbrugerombudsmanden efter markedsføringsloven forsøgte at slå fast, at denne form for markedsføring var i strid med markedsføringsloven og uetisk, og at en tv-station har et medansvar for de programmer, der udsendes.

Sø- og Handelsretten fandt, at udsendelsen i lokal-tv-stationen var egnet til at påvirke efterspørgsel, og at den måtte betegnes som vildledende og utilbørlig over for andre erhvervsdrivende og forbrugere, jf. markedsføringslovens § 2, stk. 3 og stk. 1. Sø- og Handelsretten fandt dog ikke, således som tiltalen var udformet, og som sagen var forelagt, mulighed for at drage forhandleren til ansvar i medfør af medieansvarslovens § 20, stk. 1 for overtrædelse af de citerede bestemmelser i markedsføringsloven, hvorefter retten frifandt forhandleren. Som følge af frifindelsen af forhandleren, frifandt retten tillige tv-stationen. Rigsadvokaten besluttede ikke at anke sagen til Højesteret.

Der er således af formelle grunde sket frifindelse i sagen, men det må dog fremhæves, at Sø- og Handelsretten i sine præmisser slår fast, at udsendelsen i det væsentlige er at anse for en reklame. Forbrugerombudsmanden finder det vigtigt, at der tages stilling til det etiske i denne form for markedsføring, der ikke blot vedrører radio- og tv-medierne, men også de trykte medier. På dette område har denne type markedsføring gennem de seneste år været tiltagende fx inden for helseaviser.

Dommen må derfor tillægges den vægt, at der både bør og kan gribes ind over for denne form for markedsføring. (1996-4014/5-2)

### **2.3. Lovens § 3. Brugsvejledninger**

### **2.4. Lovens § 4. Garanti**

### **2.5. Lovens § 5. Forretningskendetegn**

### **2.6. Lovens § 6. Tilgift**

### **2.7. Lovens § 7. Mængdebegrænsning**

### **2.8. Lovens § 8. Rabat**

#### **2.8.1. SØ- og Handelsrettens dom i sag vedrørende medlemsbonusordning**

En større forretningskæde havde iværksat et koncept vedrørende en medlemsbonusordning. Som medlem kunne man opnå bonus (rabat) på en lang række varer ved scanning af sit elektroniske medlemskort ved kassen i forbindelse med køb. Den for det enkelte medlem opsparede bonus blev elektronisk registreret i en central database og blev udbetalt en gang om året pr. medlemscheck, hvis man havde opsparet bonus for minimum 20 kr.

Forbrugerombudsmanden var af den opfattelse, at den elektroniske registrering af den optjente bonus var omfattet af eller i hvert fald helt at sidestille med markedsføringslovens regler om rabatmærker i § 8, stk. 2. Det var Forbrugerombudsmandens opfattelse, at elektronisk registrering må anses som en moderne afløser for de i loven nævnte mærker mv. Forbrugerombudsmanden fandt derfor, at forretningen var forpligtet til i overensstemmelse med reglen i § 8 på forlangende at udbetale bonussen til medlemmet, når der var optjent 5 kr. Derudover fandt Forbrugerombudsmanden, at medlemsbonusordningen var i strid med god markedsføringsskik.

SØ- og Handelsretten frifandt den erhvervsdrivende. SØ- og Handelsretten lagde i sine præmisser vægt på, at lovgiver ikke havde haft til hensigt at regulere andre typer rabatter/bonusser end de traditionelle papirbundne typer. Ordningen var dermed ikke i strid med markedsføringslovens § 8. Endvidere fandt retten, at ved det konkret foreliggende forretningskoncept var der for medlemmerne tale om fuldt ud kendte og gennemsigtige vilkår, der i øvrigt ikke kunne siges at være unødvendigt komplicerede. Ordningen ansås derfor ikke for at være i strid med god markedsføringsskik. (1996-989/5-9)

### **2.9. Lovens § 9. Præmiekonkurrencer**

#### **2.9.1. Anvendelsesområdet for markedsføringslovens § 9**



På foranledning af Skatteministeriet har Forbrugerombudsmanden beskrevet relationerne mellem præmiekonkurrencer efter lovens § 9 i relation til andre spil mv., herunder spil som udbydes efter tips- og lottoloven samt om betydningen af, at der ved konkurrencer efter markedsføringsloven ikke er noget egentligt indskud.

## § 9 generelt

I lovens § 9 reguleres generelt alle former for lotterier, lodtrækninger, præmiekonkurrencer, spil mv., hvor udfaldet beror helt eller delvis på tilfældet, og som foranstalles af erhvervsdrivende.

Markedsføringsloven er en generel lov, der omfatter alle former for købsbetingede konkurrencer, hvis udbyderen er erhvervsdrivende eller en offentlige myndighed, hvis virksomhed kan sidestilles med privat erhvervsvirksomhed. Som eksempler kan nævnes varelotterier og konkurrencer samt alle former for spil, hvor adgangen til at deltage er betinget af køb af varer eller tjenesteydelser eller betaling af indskud, fx tipning, gevinstopsparing og kasinovirksomhed.

## Generelle undtagelser til § 9

### Ikke-erhvervsdrivende

Undtaget fra bestemmelsen er spil, lotterier mv., der foranstalles af private, ikke-erhvervsdrivende foreninger og interesseorganisationer, velgørende foreninger, politiske foreninger og organisationer, religiøse bevægelser samt offentlige myndigheder, hvis virksomhed ikke kan sidestilles med privat erhvervsvirksomhed, jf. markedsføringslovens § 1.

### Præstationskonkurrencer

Undtaget er også konkurrencer, hvor gevinstfordelingen ikke beror på tilfældet, fx præstationskonkurrencer. Disse kan således efter markedsføringsloven gøres betinget af køb eller betaling af indskud (medmindre der gælder et forbud efter anden lovgivning).

### Lovregulerede spil mv.

Undtaget er endvidere spil mv., der er tilladt efter anden lovgivning og derfor efter lex specialis ikke er omfattet af markedsføringslovens § 9, stk. 1, fx tips og lotto, totalisator, forlystelsesspil, spillekasinoer, pengeinstitutternes gevinstopsparingskonti mfl.

### Betaling af indskud eller andet

I lovbemærkningerne er det angivet, at der skal være ligestilling af elektroniske og trykte medier. Betaling af *licens eller abonnement på dekodning af tv-signaler* anses herefter ikke for at være en købsbetinget deltagelse i fx lodtrækninger.

Efter stk. 3 er *køb af et dag- eller ugeblad*, herunder tegning af et længerevarende abonnement, ikke en købsbetingelse for at deltage i det periodiske skrifs konkurrencer. Hvis der derudover skal betales yderligere for at deltage, vil en konkurrence med tilfældighedspræget gevinstfordeling kunne komme i strid med stk. 1, også selv om den afvikles af et elektronisk eller trykt medie, medmindre konkurrencen er tilladt efter anden lovgivning, fx et lotteri med indhentet polititilladelse.

I forbindelse med afholdelse af konkurrencer med brug af *overtaksering via et telefonnummer* har Forbrugerombudsmanden anlagt den overordnede linje, at han ikke anser dette i sig selv som en købsbetingelse, men vil ikke udelukke, at konkrete omstændigheder vil kunne medføre en anden vurdering.

Tilladte konkurrencer, § 9, stk. 2

Efter lovens § 9, stk. 2, kan mindre købsbetingede konkurrencer efter industri- og samordningsministerens bestemmelse (kompetencen er delegeret til Forbrugerstyrelsen) udbydes. Efter Forbrugerstyrelsens bekendtgørelse nr. 1152 af 16. december 1994 er konkurrencer, hvor værdien af den enkelte gevinst ikke overstiger 100 kr., og hele markedsføringstiltagets samlede gevinstværdi ikke overstiger 1.000 kr., undtaget, ligesom bestemmelsen i stk. 1 ikke gælder for markedsføringstiltag, der især henvender sig til børn under 15 år, hvis værdien af den enkelte gevinst ikke overstiger 5 kr., og hele markedsføringstiltagets samlede gevinstværdi ikke overstiger 50 kr.

Undtagelsen i § 9, stk. 3 om periodiske skrifter

Udgiveren af et periodisk skrift kan foranstalte lodtrækning til fordeling af gevinster i forbindelse med løsning af præmiekonkurrencer.

Indtil Højesterets dom i 1989 (gengivet i Ugeskrift for Retsvæsen 1989, s. 688 H "Aktuelt-dommen") var det i udtalelser fra Forbrugerombudsmanden og i domstolsafgørelser forudsat på baggrund af forarbejderne, at konkurrencer kun måtte afholdes som en del af det redaktionelle stof. I "Aktuelt-dommen" blev dagbladet frifundet for straf i forbindelse med en præmiekonkurrence, der blev afholdt i forbindelse med en hvervekampagne. Højesteret udtalte, at der ikke kan straffes, når der ikke er klar hjemmel til det i paragraffens ordlyd. Konkurrencer vil derfor nu ikke blot som forudsat i forarbejderne kunne indgå som led i tidsskriftets stof, men også i selvstændigt kampagnemateriale. Om sådanne konkurrencer i stedet vil kunne forbydes som værende i strid med god markedsføringsskik efter § 1 er uafklaret.

Uanset, at indholdet af Højesterets frifindende dom var kendt, blev ordlyden i § 8, stk. 2, uændret overført til lovforslaget om en ny markedsføringslov, der trådte i kraft den 1. oktober 1994.

Ligestillingen mellem periodiske skrifter og trykte medier omfatter radio- og tv-medier, men det er uafklaret, om den omfatter andre elektroniske medier, fx Internettet.

Fremtidig regulering

Skatteministeriet har nedsat en arbejdsgruppe, der skal foretage en gennemgribende analyse af det samlede spillemarked og den nuværende spilleregulering med henblik på at tilvejebringe grundlaget for at udarbejde et forslag til en ny lov til regulering og kontrol med al spilleaktivitet samt en ny lov vedrørende afgifter af spil. En ny lovgivning skal fastlægge det lovgivningsmæssige ansvar og den fremtidige opgavefordeling vedrørende administration og kontrol. Arbejdsgruppen skal endvidere analysere den tiltagende kommerialisering og internationalisering af spillemarkedet med henblik på at vurdere, om det er hensigtsmæssigt at ændre den nuværende spilleselskabsstruktur. Endelig skal de erhvervsøkonomiske og kulturelle virkninger af forslagene vurderes, herunder virkningerne for ludomani og det sorte spillemarked. (1997-573/5-16)

## **2.10. Retningslinier**

### **2.10.1. Kommentarer til retningslinierne om etik i pengeinstitutternes rådgivning**

Forbrugerombudsmanden, Finansrådet, Håndværksrådet, Konkurrencerådssekretariatet (nu Konkurrencestyrelsen) og Forbrugerrådet nåede i juni 1994 til enighed om "Retningslinier om etik i pengeinstitutternes rådgivning". Retningslinierne, der fortsat er gældende, drejer sig kun om den rådgivning, pengeinstituttet yder overfor kunden. Det viste sig dog relativt hurtigt, at der på en række områder var stor uenighed mellem Finansrådet og de øvrige forhandlingsparter om, hvordan retningslinierne i praksis skulle udlægges. I august 1997 lykkedes det efter omfattende forhandlinger mellem de samme forhandlingsparter at nå frem til et *fælles sæt kommentarer* til retningslinierne fra 1994.

Dér, hvor de vigtigste ændringer ligger, er derfor i forståelsen af, hvad der ligger i retningslinierne fra 1994. Af eksempler kan nævnes:

1. I Finansrådets interne vejledning til medarbejderne stod der blandt andet om rådgivningen: "Rådgivningen skal med andre ord tage hensyn til begge parter interesser". Det slås nu fast i de fælles kommentarer, at "den rådgivning, der skal ydes efter retningslinierne, således alene skal tilgodese hensynet til kunden".
2. Af retningslinierne fremgår det, at "et pengeinstitut, der markedsfører sig på en måde, som skaber en berettiget forventning om, at der ydes en uvildig rådgivning, skal leve op til den standard, der forudsættes for anerkendte og uafhængige rådgivere". Finansrådet udlagde i sin vejledning teksten

- sådan, at "... det må antages, at der skal overordentligt meget til for at der hos kunden kan skabes en berettiget forventning om en generel uvildighed i rådgivningen, ...". Denne udlægning er nu strøget.
3. Der stilles særlige krav til pengeinstitutternes rådgivning om "egne produkter/ydelse". Det slås nu i de fælles kommentarer fast, at udtrykket "egne produkter/ydelse skal forstås bredt" og at udtrykket "omfatter samtlige de produkter/ydelse, som markedsføres eller formidles af pengeinstituttet. Dette gælder uanset om produktet markedsføres eller formidles eller kan erhverves via den afdeling, hvor kunden bliver rådgivet".
  4. Det fremgår af de fælles kommentarer, at et pengeinstitut ved udarbejdelse af årsopgørelse eller kontoudtog til kunden bør oplyse såvel om den konkrete rentesats, der gælder for kunden, som om det rentespænd, pengeinstituttet anvender for den pågældende type engagement (konto).

### **2.10.2. Ophævelse af retningslinierne for rustgarantier**

Forbrugerombudsmanden udstedte i 1987 retningslinier for rustgarantier ydet i forbindelse med køb af nye biler.

I forbindelse med forhandlinger om retningslinier for nyvognsgarantier med forbruger- og erhvervsorganisationer i sommeren 1995 tilkendegav Forbrugerombudsmanden, at disse retningslinier efter hans opfattelse ikke længere lever op til de krav, der efter den nugældende markedsføringslov kan stilles til en garantis indhold. Det blev derfor i Forbrugerombudsmandens udkast til retningslinier anført, at retningslinierne vedrørende rustgarantier skulle ophæves.

Da forhandlingerne brød sammen, anlagde Forbrugerombudsmanden retssag mod en bilimportør vedrørende vilkår i dennes bilgaranti. Forbrugerombudsmanden ophævede i juli 1997 følgende retningslinier: "Rustbeskyttelse. Eksterne firmaers garanti" og "Rusttæring. Importørernes garanti". Disse indgår derfor ikke længere i Forbrugerombudsmandens samling over retningslinier. (1996- 521/5-1)

### **2.10.3. Vejledning om prismarkedsføring**

Forbrugerombudsmanden udsendte i december 1997 en ny vejledning om prismarkedsføring.

Vejledningen beskriver indgående, hvad Forbrugerombudsmanden mener, de erhvervsdrivende bør kunne dokumentere, når de sammenligner deres pris for en konkret vare med en eller flere andre erhvervsdrivendes normalpriser, med deres egen før-pris eller normalpris, eller når de sammenligner deres forretnings prisniveau med andre forretningers prisniveau.

Endvidere beskriver vejledningen, hvilke krav der efter Forbrugerombudsmandens opfattelse bør være opfyldt ved anvendelse af andre salgsfremmende udtryk såsom "Spar", "Tilbud", "Udsalg", "Slagtilbud", osv.

Spørgsmålet om, hvilke udsagn der kræver dokumentation, og hvilke krav der kan stilles til dokumentationen, behandles i en retssag anlagt af Forbrugerombudsmanden. Se herom afsnit 2.2.2. (1996-7129/5-3)

Den nye vejledning ophæver "Vejledende retningslinier for anvendelse af reklameudsagn, der indeholder sammenligninger med andre erhvervsdrivendes prisniveau" (1978), "Retningslinier for anvendelse af en række praktisk forekommende eksempler på prisreklame" (1983) og pjecen "Kort og godt en vejledning til detailhandlen om prisoplysninger" (1994).

Forbrugerombudsmandens vejledning om prismarkedsføring, december 1997.

#### **2.10.4. Retningslinier for afregning ved handel med børsnoterede værdipapirer**

Forbrugerombudsmanden udstedte i 1990 retningslinier for pengeinstitutternes afregning over for private ved handel med børsnoterede værdipapirer.

Ved børsreformen i 1995 blev princippet om "best execution lovfæstet i værdipapirhandelsloven "Best execution" betyder, at handler skal ske "i kundens bedste interesse", til bedst mulige priser og med god gennemsigtighed. Som følge heraf overvejer Forbrugerombudsmanden, om retningslinierne for afregning bør ændres eller ophæves. Denne vurdering afventer for tiden de drøftelser, der foregår mellem Forbrugerombudsmanden og Fondsrådet.

Københavns Fondsbørs udstedte i 1997 børssetiske retningslinier med ikrafttræden 1. januar 1998. De børssetiske regler angiver, hvordan afregning skal ske efter princippet om "best execution".

Fondsrådet har meddelt Forbrugerombudsmanden, at der i løbet af 1998 vil blive udstedt en bekendtgørelse, der nærmere definerer afregning i henhold til princippet om best execution. Fondsrådet har i den forbindelse tilkendegivet, at relevante parter, herunder Forbrugerombudsmanden, vil blive inddraget i drøftelserne om bekendtgørelsens nærmere indhold. (1996-2010/5-2)

| [Top](#) |

Denne side er kapitel 2 af 6 til publikationen "Juridisk Årbog 1997".

Version nr. 1.0 af 08-09-2009

© Forbrugerstyrelsen 2009

## **Kapitel 3 Betalingskortloven**

- [3.1. Principielle sager](#)

- [3.1.1. Omkostninger ved driften af et betalingssystem må ikke pålægges betalingsmodtagerne. Der kan opkræves rente af kortindehaverne også i systemer med rabat](#)
- [3.1.2. Dankort-systemet, "fluesmækkerløsningen" med papirnotaer](#)
- [3.1.3. Manglende udbetaling fra hæveautomat](#)
- [3.1.4. Ansvarsreglerne i homebankingsystemer](#)
- [3.2. Dispensationer](#)
  - [3.2.1. Dispensation. Biludlejning - krav om brug af betalingskort](#)
  - [3.2.2. Dispensation til betalingssystem på Internettet](#)

### 3.1. Principielle sager

#### 3.1.1. Omkostninger ved driften af et betalingssystem må ikke pålægges betalingsmodtagerne. Der kan opkræves rente af kortindehaverne også i systemer med rabat

I Juridisk Årbog 1996 er refereret en sag, hvor en indkøbsforening har lagt sag an mod Forbrugerombudsmanden ved Sø- og Handelsretten. Foreningen ønsker Forbrugerombudsmanden tilpligtet at anerkende foreningens nye omkostningsstruktur.

I slutningen af 1994 havde Sø- og Handelsretten fastslået, at det kundekort, foreningen udsteder til sine medlemmer, er et betalingskort der er omfattet af betalingskortloven. Sagen drejede sig om indkøbsforeningens afregning med de leverandører (butikker mv.), som den havde indgået samarbejdsaftale med. Når foreningens medlemmer købte varer eller tjenesteydelser ved brug af kortet, gav butikken en rabat. Foreningen beholdt en del af rabatten. Det var Forbrugerombudsmandens opfattelse, at hele rabatten skulle gives til medlemmet. Forbrugerombudsmanden henviste til betalingskortlovens § 20, stk. 1, der siger, at kortudsteders omkostninger ved driften af betalingssystemet ikke må pålægges betalingsmodtager (butikker mv.). Sø- og Handelsretten gav Forbrugerombudsmanden ret. Det var rettens opfattelse, at forskellen mellem den rabat, medlemmet modtager, og den rabat foreningen modtager, var en økonomisk ydelse fra betalingsmodtageren (butikker mv.) til foreningen, og da ydelsen måtte antages at dække foreningens omkostninger ved driften af betalingssystemet, var rabatydelseren omfattet af § 20, stk. 1.

Det var på den baggrund, at foreningen ændrede ordningen, så den nu videregiver den samlede rabat, der opnås hos butikkerne, til medlemmerne. Samtidig opkræver foreningen et årligt kortgebyr på 60 kroner hos de medlemmer, der har benyttet betalingskortet, ligesom man opkræver en fakturarente på 1,45% af månedens køb. Forbrugerombudsmanden var ikke enig i, at indkøbsforeningen med denne ordning havde opfyldt Sø- og Handelsrettens dom fra 1994. Indkøbsforeningens medlemmer kan også vælge at købe kontant i foreningens 2 butikker eller handle med en papirrekvisition fra foreningen i de butikker mv., som foreningen har indgået samarbejdsaftale med. I sidstnævnte tilfælde betales varens pris til indkøbsforeningen med fradrag af rabat, men foreningen opkræver en fakturarente på 1,45% af månedens køb.

Sø- og Handelsretten har nu afsagt dom i den seneste sag, der godkender indkøbsforeningens nuværende ordning.

Retten anfører først, at kortbetingelserne vedrørende indkøbsforeningens kundekort er ændret, således at foreningen videregiver den samlede rabat, der er opnået hos leverandøren (butikker mv.), til medlemmerne, at foreningen opkræver et årligt kortgebyr på 60 kroner hos de medlemmer, der benytter kundekortet til køb på rekvisition, og at foreningen opkræver en fakturarente på 1,45% af månedens køb for såvel rekvisitionskøb som kort (køb) med kundekort.

Et flertal af dommerne bemærker, at kortindehaverne har valgmuligheden mellem at betale varen kontant og derved undgå fakturarenten eller modtage en månedlig opgørelse og betale en gennemsnitsrente af månedens køb. Efter disse dommers opfattelse må denne rente anses for betaling for den kreditfacilitet, der herved opnås, og det findes uden betydning, om indkøbsforeningen har tilsvarende renteudgift. Medlemmer, der i stedet vælger rekvisitionskøb, afkræves samme rente for samme kreditfacilitet. Indtægtsstrukturen, hvori der også kan indgå en fakturarente, er således ens for alle køb hos de forskellige leverandører, uanset brug af kundekort. Derefter bemærker de tre dommere, at efter forarbejderne til betalingskortlovens § 19a er der intet til hinder for, at der i kombination med et rabatkort opkræves renter. Efter disse dommers opfattelse medfører det forhold, at renten også medgår til betaling af driften af betalingssystemet, ikke, at den har karakter af en indirekte betaling fra betalingsmodtager. Et mindretal støttede Forbrugerombudsmandens synspunkt om omgåelse af betalingskortlovens § 20, stk. 1. (1996-110/1-2)

### **3.1.2. Dankort-systemet, "fluesmækkerløsningen" med papirnotaer**

I Juridisk Årbog 1996 er refereret en sag, hvor Sø- og Handelsretten i 1996 stadfæstede Forbrugerombudsmandens påbud over for Pengeinstitutternes BetalingsSystemer A/S (PBS) i "fluesmækker"-gebyrsagen. De betalingsmodtagere (butikker mv.), der modtager betaling med Dankort ved brug af en såkaldt "fluesmækker", skulle betale et gebyr på 1,50 krone til PBS for hver papirnota, som butikken indleverer til indløsning. Sø- og Handelsretten fandt, at betalingskortlovens § 20, stk. 1, må forstås sådan, at butikkerne ikke kan afkræves gebyr, der er knyttet til håndteringen af indleverede notaer. Betalingskortlovens § 20, stk. 1, siger, at kortudsteders omkostninger ved driften af betalingssystemet ikke må pålægges betalingsmodtager. Dommen er af PBS anket til Højesteret, hvor den fortsat verserer (1996-211/8-60). PBS har samtidig indført nye ændringer i Dankort-systemet for de butikker, der anvender "fluesmækkere".

Butikkerne fik tidligere udleveret papirnotaer og sumbilag gratis hos pengeinstitutterne. Butikkerne kunne endvidere indlevere notaerne til indløsning hos pengeinstitutterne, der så vederlagsfrit sørgede for, at butikkens pengeinstitutkonto blev krediteret det samlede omsætningsbeløb på papirnotaerne.

Butikkerne skal nu købe papirnotaer, sumbilag og kuverter til indsendelse hos uafhængige leverandører, dvs. hos leverandører, som er godkendt af PBS, men som selv fastsætter leveringsbetingelser. Butikkerne opkræves

herefter, ud over købspriser for notaer mv., ekspeditions- og forsendelsesomkostninger. Herudover var udspillet fra PBS, at butikkerne selv skulle fremsende notaerne til indløsning hos PBS.

Forbrugerombudsmanden havde under den nævnte retssag oplyst, at det efter hans opfattelse ikke i sig selv er i strid med betalingskortlovens § 20, stk. 1, at butikkerne betaler for notaer til anvendelse i betalingssystemet.

Forbrugerombudsmanden meddelte PBS, at han forudsatte, at der ville være fri adgang for kvalificerede leverandører og dermed et rimeligt frit marked for salg af Dankort-notaerne. Endvidere ville Forbrugerombudsmanden navnlig lægge vægt på, hvorledes håndteringen af notaerne i øvrigt tilrettelægges, herunder om der påløber andre omkostninger som følge af butikkens brug af Dankort-notaerne. Forbrugerombudsmanden nævnte, at butikkerne, som hidtil vederlagsfrit havde kunnet aflevere notaerne i deres eget pengeinstitut, nu skulle indsende dem i dertil beregnede kuverter til PBS.

PBS oplyste, at med den nye ordning kom principperne for notaforretninger til at svare til de, der gælder for terminalforretninger. Sidstnævnte skal selv anskaffe og betale for deres forbrugsmateriale samt aflevere transaktioner til PBS for videre behandling og afregning. Dette svarer til, hvad der gælder i mange andre kortsystemer.

Forbrugerombudsmanden gav udtryk for, at papirnotaløsningen ikke kan adskilles fra den måde, PBS håndterer de øvrige tilslutningsmodeller til Dankort-systemet på. Det naturlige udgangspunkt bør efter Forbrugerombudsmandens opfattelse tages i Dankort-terminalløsningen, hvor den variable samtaleafgift (datatransmissionsomkostninger i forbindelse med kommunikation mellem butik og PBS's centrale edb-anlæg) betragtes som en del af driften af systemet og således betales af PBS. Det er Forbrugerombudsmandens opfattelse, at PBS herefter i varianterne af de elektroniske Dankort-aflæsere ligeledes bør betale den variable samtaleafgift, ligesom PBS's gebyr for kontrol af forretningernes overførte data i telenotaløsningen bør ophæves. Endvidere bør PBS ikke overvælte forsendelsesomkostningerne i papirnotaløsningen på butikkerne.

Endelig gav Forbrugerombudsmanden udtryk for, at spørgsmålet om omgåelse af betalingskortlovens § 20 og af SØ- og Handelsrettens dom fra 1996 ikke kan afvises. Forbrugerombudsmanden henviste til, at en sammenligning mellem butikkernes økonomiske position ved henholdsvis den gebyrmodel, som SØ- og Handelsretten forkastede, og den model, som PBS nu har valgt, synes at vise, at omkostningerne for mange butikker vil kunne komme op på samme beløb (1,50 kroner pr. Dankort-transaktion) som det gebyr, SØ- og Handelsretten forkastede. Forbrugerombudsmanden pegede videre på, at hovedsigtet med begge løsninger er overvæltning af omkostninger fra pengeinstitutterne/PBS til butikkerne med det formål at søge at presse dem til at anvende andre Dankort-løsninger end papirnotaløsningen.

Forbrugerombudsmanden meddelte PBS, at da SØ- og Handelsrettens dom fra 1996 af PBS er indbragt for Højesteret, vil han ikke på det foreliggende grundlag tage skridt til at udstede påbud, jf. betalingskortlovens §



12 a, stk. 3. Men Forbrugerombudsmanden henstillede til PBS ikke at foregribe retsafgørelsen, men tværtimod at genoverveje de forretningsvilkår, der anvendes og agtes anvendt. Samtidig henstillede Forbrugerombudsmanden, at PBS indledte forhandlinger med butikkernes organisationer med det formål at løse problemerne på en måde, der er tilfredsstillende for begge parter.

PBS forhandlede derefter med Dansk Handel & Service samt Håndværksrådet om en hensigtsmæssig praktisering af ændringerne til Dankort-notaløsningen. Det blev bl.a. aftalt, at PBS som supplement til den direkte indsendelse af notaer til PBS skal anbefale pengeinstitutterne, at de uden beregning tilbyder butikker mv. at modtage og indsende kuverter med notaer til PBS mindst 1-2 gange om ugen. Endvidere vil PBS kompensere terminalforretningerne for udgiften til brug af notaer ved nedbrud i det centrale Dankort-system.

Da enighed var opnået disse parter imellem, fandt Forbrugerombudsmanden ikke anledning til at gå yderligere ind i sagen. Dette skyldes dels en retlig vurdering af sagen, dels ressourcemæssige hensyn og endelig hensynet til den opnåede aftalemæssige overenskomst. (1996-211/8-241)

### **3.1.3. Manglende udbetaling fra hæveautomat**

På baggrund af en konkret henvendelse fra en Dankort-indehaver, som forgæves havde forsøgt at hæve 3.000 kr. i en pengeautomat, foranstaltede Forbrugerombudsmanden en nærmere undersøgelse af sikkerheds- og kontrolprocedurer for det pågældende pengeinstituts pengeautomater. Ud over at indhente redegørelser fra pengeinstituttet og fra Pengeinstitutternes BetalingsSystemer A/S, blev sagen forelagt for Finanstilsynet.

På baggrund af de indhentede redegørelser fandt Forbrugerombudsmanden ikke anledning til at foretage sig videre i sagen. Den redegørelse, der var afgivet af pengeinstituttet om de anvendte sikkerheds- og kontrolprocedurer gav således ikke Forbrugerombudsmanden anledning til at drage de generelle kontrol-, sikkerheds- og korrektionsprocedurer i tvivl, ligesom der ikke konkret var peget på omstændigheder, som kunne indicere, at bankens hæveautomater ikke fungerede eller var indrettet på en betryggende måde. Banken oplyste bl.a. i sin redegørelse, at der i perioden 1995-1996 er gennemført ca. 50 millioner udbetalinger fra bankens pengeautomater, og at banken kun mindedes én sag ud over den af Forbrugerombudsmanden behandlede, hvor en klage over fejl ved en kortudbetaling er gået bankens kunde imod.

Herudover lagde Forbrugerombudsmanden vægt på, at der i Dankortsystemet er etableret en årlig indberetning til en særlig Dankortgruppe, og at der i denne forbindelse ikke er fremkommet oplysninger om, at forretningsgange ikke har været overholdt, og at systemerne ikke skulle være betryggende indrettet. Det er det enkelte pengeinstituts interne eller eksterne revision, der attesterer disse erklæringer til PBS, og det skal af attestationen fremgå, om revisor er enig i pengeinstituttets erklæring, eller om revisor har særlige forbehold/bemærkninger.

Ligeledes indgik det i Forbrugerombudsmandens overvejelser, at hverken Finanstilsynet eller Forbrugerombudsmanden er bekendt med tilsvarende problemer ved brugen af pengeinstitutternes hæveautomater.

Forbrugerombudsmanden gav samtidig over for den pågældende Dankortindehaver udtryk for, at han ikke i medfør af betalingskortloven kan tage konkret stilling til tvister mellem en kortindehaver og en kortudsteder, men at sådanne tvister i vidt omfang kan indbringes for Pengeinstitutankenævnet. Ligeledes bemærkede Forbrugerombudsmanden, at han ved sin stillingtagen ikke har været inde i en egentlig bedømmelse af det konkrete hændelsesforløb i forhold til betalingskortlovens § 22 og den bevisførelse, som kræves efter denne bestemmelse. (1997-2011/5-91)

### **3.1.4. Ansvarsreglerne i homebankingsystemer**

Et større pengeinstitut anmeldte til Forbrugerombudsmanden et nyt homebankingsystem beregnet til såvel privat som erhvervsmæssig brug.

Det fremgik af anmeldelsen, at vilkårene for ansvar og hæftelse i bankens betalingssystem var forskelligt, alt efter om brugeren benyttede systemet erhvervsmæssigt eller ikke-erhvervsmæssigt. Efter bankens opfattelse var kun den ikke-erhvervsmæssige anvendelse af systemet undergivet ansvarsreglerne i betalingskortloven.

Forbrugerombudsmanden henledte bankens opmærksomhed på betalingskortlovens § 1, stk. 3. Efter denne bestemmelse gælder betalingskortlovens ansvars- og tabsbegrænsningsregler i systemer, der udbydes med henblik på såvel erhvervsmæssig som ikke-erhvervsmæssig anvendelse. Ansvarsreglerne gælder ikke i forholdet mellem systemudbyder og den enkelte bruger, hvis systemudbyder godtgør, at brugeren i tilslutningsaftalen har forpligtet sig til *udelukkende* at anvende betalingssystemet erhvervsmæssigt eller på erhvervslignende måde. Anvender brugeren betalingssystemet i strid hermed, gælder bl.a. ansvarsreglerne dog, medmindre det godtgøres, at systemudbyder hverken vidste eller burde vide, at systemet anvendes på en uberettiget måde. Dette indebærer efter Forbrugerombudsmandens opfattelse, at såfremt en bruger kan benytte et betalingssystem såvel erhvervsmæssigt som ikke-erhvervsmæssigt, så finder betalingskortlovens § 1, stk. 2, og herunder bl.a. betalingskortlovens ansvarsregler, fuld anvendelse på det pågældende system. Forbrugerombudsmanden anmodede banken om at ændre sine ansvarsregler i overensstemmelse hermed.

Banken erklærede efterfølgende, at ansvarsreglerne i betalingskortlovens kapitel 6a fremover tillige vil gælde for erhvervsmæssig brug af det blandede betalingssystem. Banken meddelte samtidig skriftligt sine eksisterende kunder de ændrede ansvarsregler. (1997-2051/9-219)

## **3.2. Dispensationer**

### **3.2.1. Biludlejning krav om brug af betalingskort**

Foreningen af Danske Biludlejere fik i februar 1996 afslag på en dispensation fra betalingskortlovens § 18, stk. 1. Efter denne bestemmelse er betalingsmodtager forpligtet til at modtage kontant betaling inden for normal forretningsstid. Bestemmelsen er en konkret udmøntning af lovens generelle princip om frivillighed.

Forud for dispensationsansøgningen havde Forbrugerombudsmanden henledt foreningens opmærksomhed på betalingskortlovens krav.

I forbindelse med dispensationsansøgningen gjorde Foreningen af Danske Biludlejere bl.a. gældende, at biludlejning i praksis såvel til udlændinge som til danskere stort set alene sker med betalingskort. Ved leje med betalingskort kan udlejer sikre sig et på forhånd beregnet beløb til lejerens betaling for lejeperioden, og gennem kontakten med betalingskortselskabet får udlejer sikkerhed for, at kortet ikke er stjålet eller ugyldigt og derigennem tillige en bekræftelse på lejers identitet. Ved kontant leje er biludlejer nødt til at sikre sig et passende depositum, ligesom udlejer derudover må sikre sig referencer fra kunder for at konstatere, at lejerens identitet er korrekt, så udlejer kan finde frem til lejeren, såfremt denne ikke afleverer bilen på det aftalte tidspunkt. Grunden til disse sikkerhedsprocedurer er, at der i de senere år har været tale om et stadigt stigende antal tyverier af udlejningsbiler udført af de personer, der har lejet bilerne.

Forbrugerstyrelsen traf sin afgørelse om afslag på dispensation efter en omfattende høringsrunde, hvor bl.a. Justitsministeriet havde været hørt. Forbrugerstyrelsen lagde bl.a. vægt på, hvorvidt en dispensation kunne medvirke til en løsning af problemet med stjålne biler. Dette var ikke dokumenteret tilstrækkelig klart. Det forhold, at ca. halvdelen af de stjålne biler var lejet ved brug af betalingskort, tydede på, at kravet om betalingskort er af mindre betydning for udlejernes tyveririsiko.

Forbrugerstyrelsen pegede endvidere på, at lejers identitet også kan sikres på anden vis end ved fremvisning af betalingskort. Hertil kom, at de fleste betalingskort ikke er forsynet med billede. Ud fra turistpolitiske overvejelser fandtes det uheldigt og i strid med intentionerne bag betalingskortloven, såfremt udlændinge, der besøger landet, ikke har mulighed for at leje en bil, medmindre de er indehavere af et internationalt betalingskort.

Forbrugerombudsmanden har på baggrund af senere oplysninger om praksis i forbindelse med udlejning af biler på ny taget sagen op over for to større biludlejningsfirmaer.

I denne forbindelse har Forbrugerombudsmanden tillige peget på, at betalingskort ikke må kræves anvendt som legitimationsmiddel i andre sammenhænge end ved betalingstransaktioner og ved hævekorttransaktioner, jf. betalingskortlovens § 19.

Med henblik på at få klarhed over praksis for udleje af biler har Forbrugerombudsmanden anmodet politiet om at foretage en nærmere efterforskning af de to biludlejningsfirmaers praksis. (1996-211/8-44)

### 3.2.2. Dispensation til betalingssystem på Internettet

Tele Danmark A/S anmeldte i foråret 1996 sit betalingssystem "Klikbetaling i Opasia på Internettet" og anmodede samtidig om dispensation fra betalingskortlovens § 19a, § 20, stk. 1 og § 26c. Det var samtidig oplyst, at betalingssystemet var planlagt som midlertidigt, indtil der er introduceret et mere standardiseret betalingssystem til brug på Internettet

Via betalingssystemet kan tilsluttede brugere ved en såkaldt klikbetaling rekvirere varer og tjenesteydelser, som tilbydes af serviceudbydere tilsluttet systemet. Ydelserne leveres enten online eller pr. almindelig post. Serviceudbydere, som er tilsluttet betalingssystemet, har i systemet angivet afgiften for de enkelte ydelser. Det maksimale, der kan købes for pr. klik, er 400 kr. Hvert klik registreres i betalingssystemet, og afregnes efterfølgende af Tele Danmark Internet over for den enkelte bruger. Der gælder et kreditmaksimum for brugeren på 2.400 kr. Opkrævningen af klikafgiften sker enten ved fremsendelse af girokort til brugeren eller via BetalingsService.

Efter en høring meddelte Forbrugerstyrelsen dispensation på følgende vilkår fra

- betalingskortlovens § 19a, for så vidt angår udbud af ydelser, hvor selve leveringen af ydelsen sker via systemet,
- betalingskortlovens § 20, stk. 1, for så vidt angår det gebyr, der afregnes for administrationen af klikbetalingen, samt som afgift for debitorrisiko.

For så vidt angår ansøgningen om dispensation fra betalingskortlovens § 26c havde Forbrugerombudsmanden tilkendegivet, at kvitteringskravet efter denne bestemmelse må anses for opfyldt i systemet. Denne tilkendegivelse byggede på de foreliggende oplysninger om en brugers mulighed for at få en "onlinekvittering", som indebærer, at brugeren kan gøre sig bekendt med og skaffe sig dokumentation for hvilke transaktioner, der er gennemført. På denne baggrund fandt Forbrugerstyrelsen ikke behov for at dispensere fra betalingskortlovens § 26c. (1996-2051/9-196)

| [Top](#) |

Denne side er kapitel 3 af 6 til publikationen "Juridisk Årbog 1997".

Version nr. 1.0 af 08-09-2009

© Forbrugerstyrelsen 2009

## Kapitel 4 Prismærkningsloven

- [4.1. Administrationen generelt](#)

## 4.1. Administrationen generelt

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

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

Der forventes fremsat nyt lovforslag i folketingssamlingen 1998/ 99.

| [Top](#) |

Denne side er kapitel 4 af 6 til publikationen "Juridisk Årbog 1997".

Version nr. 1.0 af 08-09-2009

© Forbrugerstyrelsen 2009

## Kapitel 5 Produktsikkerhed

- [5.1. Produktsikkerhedsloven](#)
  - [5.1.1. Afgørelser af almindelig interesse](#)
    - [5.1.1.1. Forgylde lyseholdere med hjertestativ](#)
    - [5.1.1.2. Brændbar lysekrans](#)
    - [5.1.1.3. Sammenklappeligt campingbord](#)
    - [5.1.1.4. Suttekedler](#)
    - [5.1.1.5. Bideringe med indhold af phthalater](#)
    - [5.1.1.6. Klapvogn med usikker låsemekanisme](#)
    - [5.1.1.7. Rygbærestol](#)
- [5.2. Sikkerhedskrav til legetøj og levnedsmiddelefterligninger](#)
  - [5.2.1. Administrationen af bekendtgørelse nr. 329 af 23. maj 1995 om sikkerhedskrav til legetøj og produkter, som på grund af deres ydre fremtræden kan forveksles med levnedsmidler](#)
  - [5.2.2. Konkrete afgørelser](#)

## **5.1. Produktsikkerhedsloven**

### **5.1.1. Afgørelser af almindelig interesse**

#### **5.1.1.1. Forgyldte lyseholdere med hjertestativ**

En forbruger sendte i november 1997 fire forgyldte lyseholdere med hjertestativ til Forbrugerstyrelsen. Produktets potentielle farlighed bestod i, at lyseholderne sad løst på det medfølgende hjertestativ og let kom i svingninger. Ved små stød eller slag faldt de yderst anbragte lyseholdere ud af en række indhak i hjertestativet, hvilket betød en øget risiko for, at et tændt lys kunne forårsage en brand. Derudover gjorde brugen af lys på en længde af over ca. 10 cm, at lyseholderne ikke ved egen hjælp kunne sidde lodret, men tippede ud til siden.

Forbrugerstyrelsen vurderede, at brugere af produktet måtte have en forventning om og tillid til, at lyseholderne isat lys bevarede deres stabilitet. Forbrugerstyrelsen fandt det ligeledes særdeles mangelfuldt, at produktet blev solgt uden advarsels- eller sikkerhedsmærkning, der tydeligt informerede brugeren om, at anvendelsen af produktet pga. dets konstruktion indebar en risiko og derfor skulle holdes under konstant opsyn. Desuden manglede produktet information om, at lys på en længde af mere end ca. 10 cm ikke burde anvendes.

Forbrugerstyrelsen påbød derfor i henhold til produktsikkerhedslovens § 12, stk. 1 og 3, at importøren inden for en fastsat tidsfrist meddelte detailhandlerne, at salg af produktet kun måtte finde sted, hvis selve produktet eller emballagen som produktet blev solgt i var forsynet med en synlig advarselmærkning, der tydeligt angav, at produktet ved brug burde holdes under konstant opsyn, og at lys på en længde af mere end ca. 10 cm ikke burde anvendes.

Forbrugerstyrelsen anså påbudet for efterkommet, såfremt advarselmærkningen blev vedlagt produktet, eller detailhandlerne ved tydelig skiltning i forbindelse med salg af produktet oplyste kunderne herom.

Forbrugerstyrelsen gav ovennævnte påbud under hensyntagen til den alvorlige risiko for brand- og/eller personskaade, som brugen af produktet kunne indebære. Desuden var der tale om et produkt, der i særlig grad appellerede til forbrugerne i forbindelse med julen, hvorfor Forbrugerstyrelsen fandt, at en hurtig effektivering af påbudet var nødvendig.

Importøren bekræftede den 15. december 1997, at påbudet var efterkommet, og at brugsanvisninger med den af Forbrugerstyrelsen foreskrevne advarsel var udsendt til aftagerne af produktet. (1997-69/6-11)

#### **5.1.1.2. Brændbar lysekrans**

Forbrugerstyrelsen modtog i midten af december måned 1997 en henvendelse fra en forbruger om en lysekrans fremstillet af plast. Plastmaterialet havde vist sig stærkt brændbart og opført sig nærmest eksplosionsagtigt, da der gik ild i det. I forlængelse heraf fandt Forbrugerstyrelsen det særdeles mangelfuldt, at produktet blev solgt

uden en dansksproget advarsels- eller sikkerhedsmærkning, der tydeligt informerede om, at produktet pga. anvendelsen af brændbare plastmaterialer altid skulle holdes under opsyn.

Importøren af lysekransen fik derfor i henhold til produktsikkerhedslovens § 12, stk. 1 og 3 påbud om inden for en fastsat tidsfrist at give detailhandlerne meddelelse om, at salg af produktet kun måtte finde sted, hvis selve produktet, eller en eventuel emballage, som produktet blev solgt i, var forsynet med en synlig, dansksproget advarselmærkning, der tydeligt angav, at produktet ved brug skulle holdes under konstant opsyn pga. anvendelsen af brændbare plastmaterialer.

Importøren bekræftede den 22. december at påbudet ville blive efterkommet, så fremtidige leveringer af lysekransen til salg på det danske marked ville være påsat dansk advarselstekst. (1997-989/6-73)

### **5.1.1.3. Sammenklappeligt campingbord**

Et firma havde igennem et par somre solgt et sammenklappeligt campingbord, der blev produceret i Kina. Campingbordet blev af Forbrugerstyrelsen vurderet til ikke at overholde dele af normen i den europæiske standard på området, hvorfor bordet ikke måtte sælges på det danske marked og i de øvrige EU-medlemslande.

Standardens krav om afrundede hjørner og kanter var ikke opfyldt. En tilsvarende mangel gjorde sig gældende ved gennemgående bolte og møtrikker, der bortset fra enkelte undtagelser fremviste skarpe kanter og delvist oprevne kærver. Desuden kunne man rive sig på fjederne, der skulle sikre bordets låsemekanisme.

Forbrugerstyrelsen skrev derfor til firmaet for at henlede deres opmærksomhed på sikkerhedskravene i den europæiske standard og manglerne ved campingbordet med henblik på, at firmaet kunne få producenten i Kina til at foretage de nødvendige produktionsændringer, inden næste parti af bordet blev eksporteret til Danmark.

Forbrugerstyrelsen vil først på sommeren foretage kontrol af, at produktionsændringerne er gennemført, og at bordet overholder gældende standarder (1997-65/6-31).

### **5.1.1.4. Suttekedder**

Juridisk Årbog 1996 er omtalt et projekt, som Forbrugerstyrelsen gennemførte, vedrørende test af samtlige på daværende tidspunkt kendte suttekæder på det danske marked. Resultatet var, at 27 af 29 suttekæder ikke bestod testen og blev omfattet af påbud om salgsstop.

I slutningen af 1996 foretog Forbrugerstyrelsen efterkontrol af markedet, og 6 nye suttekæder blev testet. Da de ikke bestod testen, påbød Forbrugerstyrelsen i begyndelsen af 1997 også salgsstop for disse, og der blev fremsendt notifikationer til Europa-Kommissionen.

En suttekæde, som var blandt de i 1996 stoppede, blev markedsført på ny, idet den danske importør og den tyske producent hævdede, at der var tale om en forbedret udgave.

En ny test af suttekæden viste imidlertid, at den stadig ikke bestod, hvorfor Forbrugerstyrelsen på ny påbød importøren at standse salget, ligesom der blev fremsendt notifikation til Europa-Kommissionen.

Som en opfølgning på projektet er det aftalt med Markedskontrollen, at der i 1998 foretages en ny efterkontrol af markedet. (1997-722/6-89 m.fl.)

#### **5.1.1.5. Bideringe med indhold af phthalater**

I foråret 1997 anmodede Miljøstyrelsen Danmarks Miljøundersøgelser om at undersøge 11 tilfældigt udvalgte bideringe på det danske marked for indhold af phthalater (blødgørere).

Resultatet var, at der i to bideringe blev fundet signifikant migration af visse phthalater. I én bidering blev der fundet lidt mindre migration.

Miljøstyrelsen fandt, at de tre produkter frigav phthalater i et omfang, som var uacceptabelt for babyer, hvorfor man anmodede Forbrugerstyrelsen om at foranledige produkterne trukket tilbage fra markedet.

Forbrugerstyrelsen forhandlede med importøren, som frivilligt standsede salget af de tre bideringe og anmodede forhandlerne om at returnere eventuelle lagre.

Der fremsendtes notifikationer til Europa-Kommissionen.

I sommeren 1997 foretog Danmarks Miljøundersøgelser på foranledning af Miljøstyrelsen undersøgelse af yderligere tre bideringe, hvoraf der i én blev fundet for høj afgivelse af phthalater.

Importøren standsede frivilligt salget af bideringen, og Forbrugerstyrelsen fremsendte ligeledes notifikation herom til Europa-Kommissionen. (1997-722/6-105 m.fl.)

#### **5.1.1.6. Klapvogn med usikker låsemekanisme**

Flere forbrugere klagede over en klapvogn, som havde to sikkerhedsmæssige problemer ved låsemekanismen.

Bøjlerne, som i forbindelse med to plastikbeslag fastholdt sædet til understellet, var fremstillet i et bøjeligt materiale, hvorved de kunne bukke ud af facon og være medvirkende til nedennævnte problem:

Plastikbeslagene, som skulle holde bøjlen i begge sider på plads, kunne blive "slappe" i brug. Som følge af deres placering var barnet i stand til at nå dem, når det sad i vognen, og det medførte, at barnet kunne frigøre fastlåsnings af sædet til understellet. I flere tilfælde var det sket, at sædet med barnet faldt af understellet.



Forbrugerstyrelsen forhandlede med importøren om at gennemføre en produktforbedring af klapvognen.

Det aftaltes med importøren, at de forbrugere, som havde klaget over uheld, fik tilsendt nye låsemekanismer til montering på deres klapvogn. (1997-069-69 m.fl.)

#### **5.1.1.7. Rygbærestol**

En forbruger henvendte sig til Forbrugerstyrelsen om en rygbærestol, som er udformet som en rygsæk, der er beregnet til at bære små børn i. Stolen havde også hjul, så den kunne fungere som en klapvogn.

Rygbærestolen bestod af et stålstativ med hjul, og rygsækken/stolen bestod af stof, ligesom skulderstropperne var af stof forsynet med en plastik-karabinhage i hver side til at fæste til stativet.

Forbrugeren var ude for et uheld med produktet, idet begge karabinhager gik op samtidig, så rygbærestolen faldt til jorden med barnet i.

Forbrugerstyrelsen anmodede importøren om at fremkomme med forslag til forbedring af det svage led i konstruktionen: de to karabinhager, og importøren fremsendte en kraftigere karabinhage. Der blev produktudviklet, så det ikke var nødvendigt at gribe ind overfor bærestolen. (1997-645/6-2)

Sikkerhedskrav til legetøj og levnedsmiddelefterligninger

Administrationen af bekendtgørelse nr. 329 af 23. maj 1995 om sikkerhedskrav til legetøj og produkter, som på grund af deres ydre fremtræden kan forveksles med levnedsmidler

## **5.2. Sikkerhedskrav til legetøj og levnedsmiddelefterligninger**

### **5.2.1. Administrationen af bekendtgørelse nr. 329 af 23. maj 1995 om sikkerhedskrav til legetøj og produkter, som på grund af deres ydre fremtræden kan forveksles med levnedsmidler**

#### ***Administrationen generelt***

Forbrugerstyrelsen varetager administrationen af legetøjsbekendtgørelsen, der indeholder bestemmelser om sikkerhedskrav til legetøj og levnedsmiddelefterligninger. Kontrollen med legetøjs kemiske egenskaber varetages af Miljøstyrelsen, og Elektricitetsrådet har kontrollen med legetøjs elektriske egenskaber.

Forbrugerstyrelsen foretager en løbende markedskontrol i samarbejde med Elektricitetsrådet, Markedskontrollen. Markedskontrollen udtager løbende stikprøver og overvåger markedet. Dansk Teknologisk Institut tester efter aftale de legetøjsprodukter, Markedskontrollen har fundet i sine stikprøvekontroller. Markedskontrollen vurderer på årsbasis flere hundrede produkter. Blandt disse produkter udtages knap

hundrede produkter til stikprøvekontrol på laboratoriet hos Dansk Teknologisk Institut. Ca. 40% af disse produkter var i 1997 behæftet med fejl i henhold til legetøjsstandarderne EN71-1 og EN71-2.

### ***Indsats omkring fastelavn***

Op til fastelavn foretog Markedskontrollen for Forbrugerstyrelsen en stikprøvekontrol af 10 fastelavnsdragter, 6 masker, 3 parykker, 2 skæg og 2 hatte. Der blev foretaget vejledende afprøvninger i henhold til EN 71-1, og det blev undersøgt, om CE-mærkningen var i orden. Resultatet af stikprøvekontrollen var, at 1 fastelavnsdragt, 2 indianerparykker og 2 hatte, én af typen "special force baret" og en sort filthat med slør i spansk stil, alle indeholdt så brandfarlige dele, at de to ansvarlige importører af produkterne efter aftale med Forbrugerstyrelsen øjeblikkeligt fjernede produkterne fra forretningerne. (1997-561/6-172)

### ***Indsats over for "kalendergaver"***

Fra midt i november til først i december var Markedskontrollen igen på specialopgave for Forbrugerstyrelsen med en målrettet kontrol af legetøj, der sælges som "kalendergaver". Kontrollen blev udført med henblik på at få dannet et overblik over og en vurdering af, om der på dette område af legetøjsmarkedet ville være specielle problemer i relation til opfyldelse af gældende sikkerhedskrav til legetøj. Grundlaget for den ekstra indsats på dette område var, at markedet i høj grad består af nye produkter med høj omsætningshastighed og lav pris.

Markedskontrollen besøgte et stort antal landsdækkende forretninger, såvel supermarkeder, supermarkedskæder som legetøjsspecialforretninger. En lang række produkter blev gennemgået og vurderet, idet der blev foretaget kontrol af CE-mærkning og advarselsmærkning samt vurderet, om legetøjet var behæftet med umiddelbare og synbare fejl og mangler som spidser, skarpe kanter mv. Der blev ikke udtaget stikprøver til laboratoriekontrol, fordi der ved den målrettede kontrol af kalendergavelegetøj ikke blev konstateret uoverensstemmelser med gældende standarder, og markedet blev anset for i øjeblikket at være i god overensstemmelse med de sundheds- og sikkerhedskrav, der gælder for produkterne. Resultatet af denne markedskontrol viser, at legetøjsbekendtgørelsen, der implementerer EU-Direktiv nr. 88/378, har haft en sanerende effekt på markedet for de såkaldte "containervarer". I de første år efter implementeringen af EU-Direktivet var der mange direktivstridende varer i Markedskontrollens stikprøver blandt disse. (1997-561/6-253)

### ***Indsats julegaver nyheder***

I begyndelsen af december 1997 undersøgte Markedskontrollen nyheder inden for legetøjsprodukter tænkt som julegaver. En lang række specialforretninger og supermarkeder blev besøgt, og der blev udtaget 38 legetøjsprodukter ved denne stikprøvekontrol, og produkterne blev sendt videre til test på Dansk Teknologisk Instituts laboratorium. Testlaboratoriet konstaterede, at to af produkterne ikke levede op til sikkerhedskravene i legetøjsbekendtgørelsen, og det resulterede i, at Forbrugerstyrelsen kort før jul 1997 udstedte to påbud om tilbagetrækning af henholdsvis en julesok med bjørnehoved, hvor næsen og øjnene faldt af, blot man tog fat i

sokken, og et lille tog i træ med tal på siderne, hvor blandt andet hjul, skorsten og tal nemt kunne gå løs og indebære en risiko for, at smådelene kunne sluges og betyde kvælning for et mindre barn. (1997-561/6-261 og 1997-561/6-265)

### **5.2.2. Konkrete afgørelser**

Forbrugerstyrelsen modtager en del forespørgsler fra erhvervsdrivende, der er i tvivl om, hvorvidt et produkt er legetøj og dermed omfattet af legetøjsbekendtgørelsens sundheds- og sikkerhedskrav.

#### ***Produkter der er anset for at være legetøj***

##### ***Fruit babies dekorationsdukker"***

Produktet var en dukke udformet som en "slaskedukke" med kugleformet fyld. Dukkens hoved var formet som et æblelignende plastansigt, der ved tryk eller berøring udsendte pibelyde.

Den erhvervsdrivende påpegede, at den påtænkte anvendelse af produktet var som dekorationsartikel til det danske detailmarked.

Efter en samlet vurdering af produktet fandt Forbrugerstyrelsen, at produktet var legetøj. Der blev lagt vægt på, at dukken var lille, nemt håndterbar, gav lyde fra sig, når man berørte den, og i det hele taget appellerede kraftigt til mindre børn. Der blev henvist til legetøjsbekendtgørelsens § 1, hvilket indebar, at produktet, som det fremstod, skulle opfylde legetøjsbekendtgørelsens krav til sundhed og sikkerhed. (1997-989/6-43)

##### ***Børnemøbler***

En større virksomhed ønskede en nærmere definition af, hvornår et børnemøbel betragtes som legetøj, og hvornår det betragtes som et møbel. Det aktuelle produkt var et bord, hvor bordpladen eller dele af bordpladen skulle udgøre det "knubbede byggeunderlag" til bygning med/leg med byggeklodser. Forbrugerstyrelsen oplyste, at man anså det aktuelle produkt for at falde ind under legetøjsbekendtgørelsens anvendelsesområde i § 1. Styrelsen lagde vægt på, at man ville anvende bordet til at stå ved eller sidde ved og lege med klodserne, og at man måtte gå ud fra, at det aktuelle bord stort set ikke ville blive brugt til andet og dermed på naturlig måde indgå som en del af legetøjet. Produktet ville med andre ord på grund af sin form og funktion være både bord og legetøj. (1997-561/6-207)

##### ***Sparebøsse som postkasse***

Forbrugerstyrelsen modtog en sparebøsse udformet som en kopi af den velkendte røde postkasse. Sparebøssen var ikke mærket korrekt med CE-mærke. Forhandleren fandt, at postkassen var en souvenir og ikke et legetøjsprodukt. Forbrugerstyrelsen lod en legetøjsforsker vurdere produktet og fandt på den baggrund, at sparebøssen er beregnet til såvel legeformål som til souvenir, hvorfor produktet er omfattet af

legetøjsbekendtgørelsens anvendelsesområde jf. § 1. Sparebøssen skal derfor opfylde kravene i bekendtgørelsen til mærkning og sikkerhed. (1997-561/6-219)

### ***Produkter, der ikke blev anset for at være legetøj***

#### ***Sweatshirt med lydeffekt***

En erhvervsdrivende sendte en sweatshirt med indbygget batteri og spurgte, om sweatshirten med lydeffekt skulle CE-mærkes og overholde kravene i legetøjsbekendtgørelsen.

Forbrugerstyrelsen foretog en vurdering af produktet. Styrelsen oplyste, at man ikke fandt, at sweatshirten var bestemt til legeformål, men alene var en beklædningsgenstand med en indsyet lydeffekt, og derfor var produktet som sådan ikke omfattet af legetøjsbekendtgørelsen. (1997-561/6-200)

#### ***Dekorationsdukker***

Et reklamebureau sendte fire forskellige dekorationsdukker til vurdering i Forbrugerstyrelsen. Reklamebureauet ville vide, om produkterne var legetøj og dermed skulle opfylde reglerne i legetøjsbekendtgørelsen, eller om produkterne kunne anses for at være dekorationsdukker.

Forbrugerstyrelsen foretog en besigtigelse af dukkerne, som var meget store og udformet som henholdsvis et rengøringsmiddel, et tandpastaprodukt og et vaskepulverprodukt. Det var oplyst at dukkerne skulle placeres i butikernes udstilling uden for kundernes rækkevidde.

Forbrugerstyrelsen lagde vægt på produkternes udformning og størrelse og anså det for at være klart, at disse ikke var konstrueret eller bestemt til legeformål for børn under 14 år. Samtidig blev der henvist til legetøjsbekendtgørelsens bilag 1, nr. 6, hvorefter dekorationsdukker og lignende artikler ikke betragtes som legetøj i henhold til bekendtgørelsen. Den erhvervsdrivende oplyste, at man ville mærke dekorationsdukkerne med oplysning om, at produkterne var dekorationsmateriale, der ikke måtte anvendes som legetøj. (1997-561/6-248)

### ***Tredjelandeforordningen***

Forbrugerstyrelsens cirkulæreskrivelse nr. 144 af 14. september 1995 vedrører samarbejdet mellem toldmyndighederne og produktsikkerhedsmyndighederne i henhold til Rådets forordning om kontrol med, at produkter indført fra tredjelande overholder produktsikkerhedsreglerne.

I 1997 oplyste Told og Skat om indhøstede erfaringer med administrationen af tredjelandeforordningen hos de enkelte told og skatteregioner i landet. Erfaringerne var ikke så omfattende endnu, men undersøgelsen har medført en skærpet opmærksomhed vedrørende legetøj, der importeres til Danmark fra tredjelande, dvs. lande uden for EU. Disse produkter mangler ofte CE-mærke og anden form for lovpligtig mærkning efter legetøjsbekendtgørelsen.

Forbrugerstyrelsen har oparbejdet en hurtig samarbejdsprocedure med Told og Skat, der sikrer, at Forbrugerstyrelsen straks kommer i kontakt med de erhvervsdrivende, der importerer produkter fra tredjelande, således at der kan påbegyndes en dialog om de sikkerhedskrav, der gælder, og hvordan eventuelle problemer med de netop importerede produkter løses, inden disse bringes i omsætning på det danske marked.

| [Top](#) |

Denne side er kapitel 5 af 6 til publikationen "Juridisk Årbog 1997".

Version nr. 1.0 af 08-09-2009

© Forbrugerstyrelsen 2009

## Kapitel 6 Afgørelser fra Forbrugerklagenævnet af almindelig interesse

- [6.1. Husholdningsapparater og isenkram](#)
  - [6.1.1. Moderne støvsugere må ikke bruges til opsugning af "fint støv", der kan ødelægge motoren. Forbrugerklagenævnet anså ikke denne egenskab for at være almindelig kendt](#)
  - [6.1.2. Ifølge brugsvejledningen til en støvsuger kunne motoren brænde sammen, hvis støvsugeren blev brugt til aske, slibestøv, tonerpulver og lignende. Motoren brændte sammen, da forbrugeren brugte støvsugeren til puds fra en murvæg. Skaden kunne ikke henføres til en mangel ved støvsugeren. Dissens](#)
  - [6.1.3. Indlevering af støvsuger til reparation i henhold til en "motorgaranti". Garantigiveren havde ikke inden reparationen sikret sig bevis for sin påstand, hvorefter fejlen i motoren skyldtes forkert brug af støvsugeren. Garantigiveren var derfor ikke berettiget til vederlag](#)
  - [6.1.4. Sælgeren af en vaskemaskine, der formidlede en forsikring på 5 års service, glemte at indsende forsikringspapirerne og betale forsikringspræmien](#)
  - [6.1.5. Forbrugerklagenævnets virksomhedsområde](#)
  - [6.1.6. Retsfortabende passivitet](#)
  - [6.1.7. Skiltning med "125% prisgaranti"](#)
- [6.2. Radio/tv mv.](#)
  - [6.2.1. Lejekontrakt vedrørende tv og video uopsigelig i fem år](#)
  - [6.2.2. Leje af tv. Tilsagn om ret til at købe apparatet for 1 kr. bindende for udlejer](#)
  - [6.2.3. Fortolkning af prisgaranti](#)
  - [6.2.4. En forbruger havde forudbetalt 500 kr. for et tv-apparat, men da han ville afhente det 3 måneder senere, var apparatet solgt. Købelovens § 28, stk. 1, og §§ 30 og 34](#)
  - [6.2.5. Køb af tv, der havde stået ubrugt på sælgers lager i mere end 6 år. Sælger havde forsømt sin oplysningspligt](#)

- [6.2.6. Køb af højttalere med 5 års garanti. Forbrugeren havde ikke reklameret inden rimelig tid efter, at hun burde have opdaget manglen. Købelovens § 81](#)
- [6.2.7. Sælgeren havde handlet i strid med almindelig hæderlighed, idet han ikke havde oplyst, at et minianlæg, der var købt som nyt, var repareret 9 måneder før købet. Ophævelse af købet 3 år senere, jf. købelovens § 83](#)
- [6.2.8. En erhvervsdrivende, der i en annonce havde tilbudt at give gratis reparationstilbud, var bundet af dette, da der ikke var taget forbehold ved indleveringen](#)
- [6.3. Computer mv.](#)
  - [6.3.1. Forbruger skulle ikke betale for reparation af printerhoved, men alene for en ny printerpatron](#)
  - [6.3.2. Køb af pc på baggrund af annonce i "Den Blå Avis". Købet anset som forbrugerkøb](#)
  - [6.3.3. Forbrugeren bar selv risikoen for, at en multimedie pakke ikke var kompatibel med hans egen pc](#)
  - [6.3.4. Tilmelding til 3 måneders gratis Internet forpligtede ikke efterfølgende forbrugeren til 1 års abonnement på Internettet](#)
- [6.4. Telefoner mv.](#)
  - [6.4.1. Det påhvilede en udbyder af sexydelser, der leveredes over telefonen, at bevise, hvem der havde bestilt sexydelserne. Da udbyderen ikke kunne løfte denne bevisbyrde, blev forbrugeren fritaget for betaling](#)
- [6.5. Anden elektronik](#)
  - [6.5.1. Lejeren af et solarium kunne opsige lejeaftale med en bindingsperiode på 3 år med 1 måneds varsel](#)
- [6.6. El, gas, vand og varme. Diverse ydelser vedrørende fast ejendom](#)
- [6.7. Tekstiler og skind \(beklædning og bolig\)](#)
  - [6.7.1. Fagmæssig rådgivning ved gardinkøb indebærer bl.a. oplysning om krympning og mulige måder at sy gardinerne på, når der skal tages højde for den forventede krympning](#)
  - [6.7.2. Sælgeren af et væg til væg-tæppe havde ret til afhjælpning, selvom der ikke var tale om et forbrugerkøb](#)
  - [6.7.3. En meget lille krympning af et væg til væg-gulvtæppe blev ikke anset for en mangel](#)
  - [6.7.4. Køb af gardinstof fejlagtigt tilbud bindende for forretningen](#)
  - [6.7.5. Klageren kunne ikke kræve en afhjælpning, der ville påføre den indklagede væsentlige omkostninger. Købelovens § 78, stk. 1](#)
  - [6.7.6. Forbruger mistede krav på erstatning på grund af for sen opfølgning af reklamation](#)
  - [6.7.7. Renseriet havde behandlet en jakke i strid med den informative mærkning](#)
  - [6.7.8. Rens af 2-delt dragt. Et tungt bæltespænde burde have været fjernet forinden rens for at undgå skader på dragten](#)
- [6.8. Fodtøj](#)

- [6.8.1. Reparation af et par damesko. En stift i sålen var ikke slået ordentligt i og medførte skader på klagerens parketgulv](#)
- [6.9. Møbler og boligudstyr \(se også tekstiler og skind\)](#)
  - [6.9.1. Køb af eksklusiv Piet Hein Sinuslampe, som efterfølgende blev seriefremstillet](#)
  - [6.9.2. Målangivelse på børnesenge oplysninger fortolket i overensstemmelse med aftalelovens § 38b](#)
  - [6.9.3. Returret ved køb af tre dele til et reolsystem. Varer, som er udstillet i forretningen, eller som er reklameret for i et katalog, kan normalt ikke anses for specielt bestilte, heller ikke selv om varen i det konkrete tilfælde ikke er på lager og derfor må bestilles hjem for at opfylde en bestilling](#)
  - [6.9.4. Fortabelse af mangelsindsigelse på grund af passivitet](#)
  - [6.9.5. Køb af en boxmadras med 10 års garanti. Fortolkning af garantien](#)
- [6.10. Barnevogne, cykler, knallerter, sports- og fritidsudstyr](#)
  - [6.10.1. Barnevogn købt med en fabriksgaranti på 1 år. Inden for garantiperioden reklamerede forbrugeren over en mangel til sælgeren men ikke til fabrikanten. I henhold til bestemmelserne i købelovens § 85 var forbrugeren ikke afskåret fra at gøre garantikrav gældende mod fabrikanten](#)
  - [6.10.2. Bagatelagtige mangler ved racercykel](#)
  - [6.10.3. Indlevering af cykel til reparation. Erstatning for uberettiget bortsalg af cyklen](#)
- [6.11. Foto, ure, optik, smykker](#)
  - [6.11.1. Kamera købt med en producentgaranti. Køber kunne ikke gøre krav gældende, da han havde kendskab til manglen](#)
  - [6.11.2. Fotografering ved et bryllup. Negativerne bortkommet. Ikke medhold i krav om erstatning for udgifter afholdt i forbindelse med fornyet fotografering](#)
  - [6.11.3. En fotohandler, der havde beskadiget en film under fremkaldelsen, var ikke forpligtet til at afhjælpe fejlen eller erstatte forbrugers udgifter til afhjælpning. Forbehold](#)
  - [6.11.4. Aftale om ret til ombytning af briller med progressive glas til andre glas. Ikke medhold i krav om udbetaling af prisforskellen](#)
  - [6.11.5. Opsigelsesvilkår i abonnementsaftale om kontaktlinser ikke aftalt. Aftalen kunne opsiges med rimeligt varsel, i det foreliggende tilfælde 3 måneder](#)
  - [6.11.6. Vielsesringe nægtet solgt til den skilte og aftalte pris. Aftalelovens § 32, stk. 1](#)
- [6.12. Motorkøretøjer](#)
  - [6.12.1. Køb af brugt bil med tilknyttet forsikring. Køber kunne få godtgjort forsikringspræmien, da sælger ikke havde tegnet forsikring som lovet](#)
  - [6.12.2. En forbruger, der havde købt en bil som et afhentningskøretøj, uindregistreret, kunne ikke gøre mangelsbeføjelser gældende over for sælger, da motoren brød sammen som følge af manglende klargøring](#)

- [6.12.3. Køb af bil på auktion. Da auktionshuset ikke ville oplyse, hvem der havde indsat bilen på auktion, måtte auktionshuset anses for at være sælger af bilen](#)
- [6.12.4. Køb af brugt bil. De faktiske motorspecifikationer svarede ikke til oplysningerne på sælgers salgsopslag](#)
- [6.12.5. Sælger havde handlet i strid med almindelig hæderlighed ved ikke at give køber oplysning om, at bilens vanger var tæret op. Købelovens § 83](#)
- [6.12.6. Garanti brugt til at vildlede forbrugeren om hendes rettigheder efter købeloven. Bevismæssig skadevirkning for sælger, at den udskiftede motor var bortskaffet. Veksel](#)
- [6.12.7. Reklamationsaftale vedr. brugt bil kan ikke fratage forbrugeren de rettigheder, der tilkommer hende efter købelovens præceptive forbrugerbeskyttelsesregler. Sælgeren havde i strid med markedsføringslovens § 2 vildledt forbrugeren om hendes retsstilling](#)
- [6.12.8. Et vilkår i en standardkontrakt, hvorefter en forbruger ved misligholdelse skulle betale 10 % af købesummen til sælgeren, kunne ikke anses for vedtaget af parterne](#)
- [6.12.9. Salgsannoncens oplysning om, at en motorcykel var nyrepareret, kunne ikke anses for rettet ved, at sælger i slutsedlen skrev: "Defekt, uden garanti". Købelovens § 77. Væsentlig ringere stand](#)
- [6.12.10. Ny scooter levede ikke op til brochurens løfter. Købet hævet. Sagen genoptaget. Den erhvervsdrivende pålagt at betale omkostningerne til en fornyet sagkyndig undersøgelse](#)
- [6.12.11. Køb af brugt bil. Fejlagtig angivelse af bilens årgang. Medhold i krav om forholdsmæssigt afslag](#)
- [6.13. Transport og flytning](#)
  - [6.13.1. Fritagelse for betaling af kontrolafgift i lokaltog med regelmæssig kontrol](#)
  - [6.13.2. En sag kunne ikke overgives til inkasso, når sagen allerede verserede ved Forbrugerklagenævnet. Flyttemanden kunne endvidere ikke fordoble prisen i forhold til et prisoverslag](#)
  - [6.13.3. Den erhvervsdrivende havde bevisbyrden for, at en tilbudspris ikke indeholdt moms](#)
  - [6.13.4. Flytning med DSB Gods. Ansvarsbegrænsning lovlig, selv om den ikke var aftalt](#)
- [6.14. Musikinstrumenter, cd'er, videobånd, koncerter mv.](#)
- [6.15. Aviser, ugeblade, tidsskrifter, bøger](#)
- [6.16. Øvrige sager](#)
  - [6.16.1. Opbevaring af jakke i garderobe. Erstatning ved bortkomst](#)
  - [6.16.2. Rulamsjakke bortkommet efter indlevering i en garderobe. Fuld erstatning selvom jakken senere blev fremskaffet, idet den var i væsentligt ringere stand](#)
  - [6.16.3. Manglende reklamation på stedet førte til bortfald af indsigelser](#)
  - [6.16.4. Udlejer var ikke berettiget til at rejse krav mod forbrugeren som følge af dennes opsigelse af en aftale om leje af et selskabslokale](#)



- [6.16.5. Puddelhund med sygdommen Calvé Legg Perthes. Det var ikke godtgjort, at hunden ved købet var behæftet med en mangel](#)
- [6.16.6. Egen skyld ved brug af havelys indendørs. Ikke medhold i erstatningskrav](#)
- [6.16.7. Køb af to kufferter, der ikke kunne tåle flytransport](#)

## **6.1. Husholdningsapparater og isenkram**

### **6.1.1. Moderne støvsugere må ikke bruges til opsugning af "fint støv", der kan ødelægge motoren. Forbrugerklagenævnet anså ikke denne egenskab for at være almindelig kendt**

Kort tid efter købet af en støvsuger til 995 kr. sprang støvsugerposen, hvorved motoren blev ødelagt. Sælgeren oplyste, at skaden skyldtes opsugning af byggepuds/støv og forklarede, at denne skade ikke kunne tilskrives en fejl ved støvsugeren, fordi moderne, almindelige støvsugere ikke kan klare byggestøv. Forbrugeren kendte ikke denne svaghed ved moderne støvsugere og indbragte sagen for Forbrugerklagenævnet.

Under sagens behandling oplyste sælgeren, at fint støv (som byggestøv) i større mængder sætter sig som et lag i papirposen, der efterhånden tættes. Man risikerer derved, at støvsugeren bliver overophedet. Man risikerer også, at posen revner, hvorved støvet blæses ud i motoren, som kan blive ødelagt. Posen i forbrugerenes støvsuger var revnet på denne måde, og kabinettet i støvsugeren var fyldt med byggestøv. Moderne støvsugere er meget effektive. Til gengæld er risikoen for sådanne skader større. Med en gammel støvsuger med lærredspose er der således ikke så stor risiko ved ukritisk brug.

Forbrugerklagenævnet fandt ikke, at det er almindelig kendt, at støvsugere ikke er egnede til opsugning af særligt fint støv.

I brugsanvisningen, der fulgte med støvsugeren, var der advaret mod at anvende støvsugeren til opsugning af forskellige farlige substanser. Byggestøv eller andet særligt fint støv var derimod ikke omtalt.

Nævnet fandt, at brugsvejledningen ligeledes burde indeholde en advarsel mod denne brug af støvsugeren; eventuelt med en forklaring på, hvorfor brugeren skal være særlig påpasselig ved opsugning af fint støv.

Da forbrugeren ikke ved købet havde modtaget oplysning om faren ved at bruge støvsugeren til fint støv, fandt nævnet, at støvsugeren var behæftet med en mangel, jf. købelovens § 76, stk. 1, nr. 3. Da forbrugeren manglende kendskab til faren havde resulteret i, at støvsugerens motor var blevet ødelagt, anså nævnet manglen for væsentlig, således at forbrugeren var berettiget til at hæve købet i medfør af købelovens § 78, stk. 1. (1996-432/7-6).

### **6.1.2. Ifølge brugsvejledningen til en støvsuger kunne motoren brænde sammen, hvis støvsugeren blev brugt til aske, slibestøv, tonerpulver og lignende. Motoren brændte**

### **sammen, da forbrugeren brugte støvsugeren til puds fra en murvæg. Skaden kunne ikke henføres til en mangel ved støvsugeren. Dissens**

Brugsvejledningen til en støvsuger advarede mod støvsugning af aske, slibestøv, tonerpulver og lignende, der kunne ødelægge motoren. Da forbrugeren brugte støvsugeren til puds fra en murvæg, brændte støvsugerens motor sammen. Forbrugerklagenævnets sagkyndige oplyste, at indtrængende støv specielt støv af hårde partikler i mange tilfælde tager "livet" af en støvsugermotor. En undersøgelse af forbrugerenes støvsuger viste, at dette var årsagen til skaden. Ifølge den sagkyndige var støvsugerens sikring mod sådanne uheld imidlertid dårlig og primitiv. I lighed med en del andre støvsugere på markedet var den ikke forsynet med en stofpose. Af hensyn til uheld med papirposerne som aldrig er 100 % sikre var der anbragt et tyndt filter umiddelbart foran motorens luftindtag. Dette filter sluttede imidlertid ikke så tæt og var endvidere så åbent i filterkonstruktionen, at det ikke kunne hindre støvpartikler i at trænge ind i motoren. Støvsugeren var købt for 1.295 kr.

Under henvisning til advarslen i brugsvejledningen og til, at prisbillige støvsugere på markedet efter det oplyste er konstrueret med den nævnte svaghed, fandt et flertal i Forbrugerklagenævnet ikke, at skaden kunne henføres til en mangel ved støvsugeren.

Et nævnsmedlem udtalte, at støvsugerens dårlige sikring mod "farligt" støv indebar en nærliggende risiko ved at bruge støvsugeren til opgaver, som en husholdningsstøvsuger forventes at kunne klare. Brugeren vil endvidere have vanskeligt ved at vurdere, om støv, der ikke umiddelbart opfattes som usædvanligt, er af en sådan art, at det ikke kan opsuges uden risiko for at ødelægge støvsugeren. Uanset brugsvejledningens advarsel fandt dette nævnsmedlem derfor, at støvsugeren var behæftet med en væsentlig mangel. (1996 432/7-14)

### **6.1.3. Indlevering af støvsuger til reparation i henhold til en "motorgaranti". Garantigiveren havde ikke inden reparationen sikret sig bevis for sin påstand, hvorefter fejlen i motoren skyldtes forkert brug af støvsugeren. Garantigiveren var derfor ikke berettiget til vederlag**

En forbruger købte en støvsuger med "5 års motorgaranti". Inden for garantiperioden blev støvsugeren to gange indleveret til reparation på grund af fejl ved motoren. Efter den første reparation oplyste den erhvervsdrivende, at motoren havde været fyldt med fint byggestøv, og at garantien derfor ikke dækkede. Den anden reparation blev udført 4 måneder senere, og sælgeren forklarede på ny, at motoren var fyldt med byggestøv.

Forbrugerklagenævnet fandt, at garantigiverens krav om betaling for reparationerne betingede, at denne kunne bevise, at de opståede fejl skyldtes en usædvanlig brug af støvsugeren og ikke støvsugerens mindre hensigtsmæssige konstruktion. Forbrugeren havde gjort gældende, at støvsugeren ikke havde været anvendt til usædvanlige formål, og da garantigiveren ikke havde sandsynliggjort sin påstand herom, fandt nævnet ikke, at garantigiveren var berettiget til vederlag for reparationerne. Nævnet fandt i denne forbindelse anledning til at bemærke, at erhvervsdrivende, der har modtaget bestilling på udførelse af en garantireparation, ikke

efterfølgende kan afkræve bestilleren vederlag, medmindre den erhvervsdrivende kan godtgøre, at han inden arbejdets udførelse har sikret sig, at kunden var indforstået med at få reparationen udført, også selv om der skulle betales vederlag herfor. (1996-432/7-11)

#### **6.1.4. Sælgeren af en vaskemaskine, der formidlede en forsikring på 5 års service, glemte at indsende forsikringspapirerne og betale forsikringspræmien**

Købet af en vaskemaskine omfattede en forsikring på 5 års service. Forsikringspræmien udgjorde 425 kr.

Tre år efter købet ville forbrugeren udnytte forsikringen, og det viste sig da, at sælgeren ikke havde indsendt forsikringspapirerne og betalt præmien. Forsikringsselskabet afviste derfor at betale en regning på 687 kr. for reparation af vaskemaskinen.

Forbrugeren indbragte sagen for Forbrugerklagenævnet med krav om vederlagsfri afhjælpning.

Under sagens behandling viste det sig, at leverandøren havde betalt for reparationen, således at forbrugeren var holdt skadesløs. Forbrugerstyrelsen meddelte herefter, at man henlagde sagen, som kunne genoptages, hvis der skulle opstå uenighed om erstatning i den resterende forsikringsperiode. Forbrugeren krævede imidlertid sagen forelagt nævnet, idet hun krævede, at sælgeren enten tegnede en helt ny forsikring, der løb 5 år frem i tiden eller tilbagebetalte forsikringspræmien på 425 kr.

Forbrugerklagenævnet bemærkede, at forbrugeren ved indgivelse af klage til Forbrugerklagenævnet havde fremsat krav om gratis reparation af en fejl, som ville have været dækket af forsikringen, dersom sælgeren havde opfyldt aftalen. Dette krav havde forbrugeren fået opfyldt, og hun kunne derfor ikke samtidig ophæve aftalen om forsikringen og få hele forsikringspræmien tilbagebetalt. Der kunne heller ikke gives hende medhold i, at hun havde krav på at få en helt ny forsikring. (1996-441/7-17)

#### **6.1.5. Forbrugerklagenævnets virksomhedsområde**

En VVS-virksomhed, der havde købt et køleskab til brug for de ansattes madpakker, indbragte en klage over køleskabet for Forbrugerklagenævnet.

Ifølge § 3, stk. 2, nr. 1, i bekendtgørelse om Forbrugerklagenævnets virksomhedsområde kan klager vedrørende maskiner, instrumenter, værktøj og lignende, der benyttes erhvervsmæssigt, ikke indbringes for nævnet.

Afgrænsningen af nævnets virksomhedsområde giver ofte anledning til tvivl. Nævnet fastslog imidlertid, at VVS-firmaets køb af et køleskab til brug for personalets madpakker mv. ikke kan henføres til denne undtagelse. Nævnet anså sig derfor for kompetent til at behandle klagen. (1996-4111/7-9).

#### **6.1.6. Retsfortabende passivitet**

I begyndelsen af 1992 købte en forbruger en vaskemaskine på afbetaling. I foråret 1996 modtog han pludselig et kontoudtog, hvoraf det fremgik, at han skyldte 6.114,32 kr. inklusive renter for vaskemaskinen. Han havde da ikke hørt fra sælgeren siden efteråret 1992.

Ifølge de kvitteringer, som forbrugeren kunne finde, havde han betalt afdrag på i alt 5.000 kr. Regningen for vaskemaskinen oplyste intet om et rentekrav, men kun at købesummen skulle betales i afdrag á 500 kr. Regningen var uoverskuelig. Forbrugeren forstod regningen således, at vaskemaskinen havde kostet 4.800 kr. Han bad herefter forgæves sælgeren om at dokumentere restkravet, hvorefter sagen blev indbragt for Forbrugerklagenævnet.

Efter oplysningerne i regningen for vaskemaskinen lagde Forbrugerklagenævnet til grund, at prisen havde udgjort 6.000 kr. inklusive moms. Forbrugeren kunne dokumentere at have betalt i alt 5.000 kr., og sælgeren havde herefter som udgangspunkt et restkrav på 1.000 kr.

Nævnet fandt imidlertid, at sælgeren ved at undlade at følge sagen behørigt op i det forløbne lange tidsrum havde bibragt forbrugeren den opfattelse, at han ikke skyldte yderligere. Nævnet fandt derfor, at sælgeren havde udvist en sådan retsfortabende passivitet, at han havde mistet sin ret til at gøre restkravet gældende mod forbrugeren. (1996-441/7-44).

### **6.1.7. Skiltning med "125% prisgaranti"**

En forbruger købte et køleskab til 2.400 kr. i en forretning, der skiltede med "125% prisgaranti".

11 dage senere så hun det samme køleskab annonceret til 1.990 kr. Under henvisning til prisgarantien kontaktede hun straks forretningen, der bad om at se regningen for købet og avisen med annoncen. Da forbrugeren kom med den ønskede dokumentation, oplyste forretningen, at prisgarantien kun gjaldt inden for 8 dage. På forbrugerens forespørgsel oplyste forretningen, at begrænsningerne i prisgarantien fremgik af en folder, som dog ikke fandtes i forretningen.

Forbrugerklagenævnet fandt, at forretningens skiltning med prisgarantien, der ikke indeholdt nogen begrænsninger, naturligt måtte forstås således, at den kunne gøres gældende i rimelig tid efter et køb. Da forbrugeren ikke senest ved købet af køleskabet havde fået oplyst, at der gjaldt særlige begrænsninger i garantien, havde hun været berettiget til at forvente, at hun kunne påberåbe sig en garanti svarende til skiltningen.

Efter nævnets opfattelse havde forbrugeren fremsat sit garantikrav inden for rimelig tid, og forretningen var derfor forpligtet til at opfylde garantikravet. Prisforskellen udgjorde 500 kr. I henhold til prisgarantien på 125%, var forbrugeren derfor berettiget til at få udbetalt 625 kr. (1996-4111/7-28).

## **6.2. Radio/tv mv.**

### **6.2.1. Lejekontrakt vedrørende tv og video uopsigelig i fem år**

En forbruger havde i august 1994 underskrevet en lejekontrakt vedrørende et tv og en videomaskine. Under den fortrykte kontrakts rubrik "Opsigelsesvarsel", var der anført: "01.08.99" samt "herefter skr. gensidig opsigelse med 1 mdr.'s varsel."

I efteråret 1996 ønskede klageren at opsig lejekontrakten, idet hun havde vundet et tv-apparat. Hun henvendte sig herom til udlejeren, som afviste, at kontrakten kunne opsiges og henviste til datoen den 1. august 1999, der var anført i kontrakten.

Sagen blev indbragt for Forbrugerklagenævnet, og udlejeren understregede, at lejeperioden var blevet aftalt fra 1. september 1994 til 1. august 1999, hvilket lejeren havde bekræftet med sin underskrift at være indforstået med.

Nævnet udtalte, at et vilkår som det foreliggende, hvorefter den indgåede lejeaftale var uopsigelig i 5 år, kunne være særdeles byrdefuld for forbrugeren samtidig med, at vilkåret ensidigt varetog udlejers finansielle interesser. Skulle anskaffelsen af et varigt forbrugsgode finansieres ved midler hidrørende fra forbrugeren, burde dette ske under overholdelse af kreditaftalelovens regler, hvorfor det var vanskeligt at se, at en udlejer i forbrugerforhold kunne have nogen loyal interesse i at betinge sig længere tids uopsigelighed.

Det var på denne baggrund nævnets opfattelse, at det var urimeligt og i strid med redelig handlemåde at gøre vilkåret om 5 års uopsigelighed gældende, jf. herved aftalelovens § 38c, sammenholdt med § 36. Vilkåret burde derfor lempes, således at der fastsattes en rimelig opsigelsesfrist, som tilgodeså hensynet til begge parter.

Nævnet fandt, at et rimeligt opsigelsesvarsel i den foreliggende sag burde fastsættes til 3 måneder. (1997-4012/7-267)

### **6.2.2. Leje af tv. Tilsagn om ret til at købe apparatet for 1 kr. bindende for udlejer**

En forbruger, som siden september 1990 havde lejet tv hos en større radio/tv-kæde, indgik i maj 1994 en ny aftale med samme kæde om leje af et tv. Til den ny lejeaftale var der knyttet en særlig køberet efter 5 års leje.

Forbrugeren fik ved indgåelsen af den ny lejeaftale indtryk af, at der ved beregningen af de 5 års lejeperiode i et vist omfang ville blive taget højde for det tidligere lejeforhold.

I april 1995 efter knap et års leje fremsendte den erhvervsdrivende 24 girokort til forbrugeren og meddelte samtidig, at der nu kun resterede 24 måneder, førend forbrugeren kunne købe tv-apparatet for 1 kr.

Da forbrugeren havde benyttet girokortene, henvendte han sig til den erhvervsdrivende, der imidlertid afviste forbrugeren krav om køb for 1 kr. Man henviste til, at køberetten først kunne gøres gældende efter 5 års leje regnet fra indgåelsen af den nye lejekontrakt, og at skrivelsen til forbrugeren i april 1995 var en fejltagelse.

Forbrugerklagenævnet fandt, at den erhvervsdrivendes skrivelse til forbrugeren i april 1995 var et løfte om, at køberetten for 1 kr. kunne gøres gældende 24 måneder senere, medmindre den erhvervsdrivende kunne godtgøre, at skrivelsen var en fejltagelse, og at forbrugeren havde eller burde have indset dette, da han modtog og læste skrivelsen, jf. aftalelovens § 32, stk. 1.

Uanset lejekontraktens oplysning om, at forbrugeren først kunne gøre køberetten gældende efter 5 års leje, fandt nævnet, at det ikke kunne udelukkes, at den erhvervsdrivende havde villet begunstige forbrugeren, som havde været fast lejer siden september 1990, ligesom forbrugeren havde haft en vis føje til at gå ud fra, at dette var tilfældet.

Nævnet fandt på denne baggrund ikke, at forbrugeren var i ond tro om køberetten, da han modtog den erhvervsdrivendes skrivelse, og tilsagnet om køberet efter 24 måneder var derfor bindende. (1997- 4012/7-301)

### **6.2.3. Fortolkning af prisgaranti**

En forbruger købte et tv-apparat til en pris af 3.699 kr. og fik samtidig udleveret en prisgaranti. Det fremgik af prisgarantien, at sælgeren, såfremt den samme vare blev set til en lavere pris i en anden forretning inden for 14 dage efter købsdatoen, ville udbetale prisforskellen kontant og samtidig udlevere et gavekort til en værdi af 100 kr. Det var anført, at garantien ikke gjaldt, "hvis der er tale om køtilbud, varer i begrænset antal eller åbningstilbud, ligesom det er en betingelse, at varen rent faktisk er fysisk tilgængelig hos den pågældende konkurrent".

Forbrugeren så få dage efter købet en annonce fra en konkurrent, hvoraf det fremgik, at et tilsvarende tv-apparat blev solgt til en lavere pris. Tilbuddet gjaldt kun den 2. januar.

Forbrugeren ringede samme dag klokken 9.30 til sælgeren, der ville undersøge, om konkurrentens tilbud var "ægte". Klokken 15.00 indfandt han sig i forretningen. Her blev forbrugeren krav om udbetaling af prisdifferencen i henhold til prisgarantien afvist. Forbrugeren tog herefter ind til konkurrenten og fik at vide, at tv-apparatet var udsolgt. Konkurrenten havde fra åbningstid haft 3 apparater og havde yderligere fået tilført 4. En anden forretning tilhørende samme kæde havde haft 14 tv-apparater af dette mærke. Det fremgik ikke af annoncen, at der var tale om et begrænset antal tv-apparater.

Nævnet udtalte, at de i prisgarantien nævnte undtagelser måtte forstås som en ikke-udtømmende opremsning af eksempler på, hvornår prisgarantien ikke gælder. Garantien måtte herefter forstås således, at den kun

gælder, når konkurrenternes sædvanlige pris ligger under den erhvervsdrivendes pris. Nævnet fandt ikke, at forbrugeren var berettiget til at få prisdifferencen udbetalt, da konkurrentens tilbud kun gjaldt en dag, og da det kun gjaldt, "så længe lager haves". (1997-4012/7-242)

#### **6.2.4. En forbruger havde forudbetalt 500 kr. for et tv-apparat, men da han ville afhente det 3 måneder senere, var apparatet solgt. Købelovens § 28, stk. 1, og §§ 30 og 34**

En forbruger indgik den 22. august 1994 aftale med en erhvervsdrivende om køb af et brugt tv-apparat til en pris af 1.700 kr. Forbrugeren betalte a conto 500 kr., idet det blev aftalt, at det resterende skulle betales senest den 12. september 1994. Da forbrugeren henvendte sig i forretningen i november 1994, var tv-apparatet solgt til anden side. Forbrugeren krævede sine 500 kr. tilbagebetalt.

Den erhvervsdrivende oplyste, at salget var sket efter, at han havde opbevaret tv-apparatet i 12 måneder, og efter at han forgæves havde forsøgt at komme i kontakt med forbrugeren. Den erhvervsdrivende kunne ikke fremlægge dokumentation for salget.

Nævnet udtalte, at den erhvervsdrivende, da forbrugeren ikke havde betalt købesummen i rette tid, havde været berettiget til at hæve købet i medfør af købelovens § 28, stk. 1, og kræve erstatning for sit eventuelle tab i medfør af købelovens § 30. Den erhvervsdrivende havde endvidere været berettiget til at fastholde købet og bortsælge apparatet på forbrugers regning, forudsat at betingelserne herfor efter købelovens § 34 var opfyldt. Uanset hvilken fremgangsmåde indklagede måtte vælge, påhviler det imidlertid indklagede at godtgøre, at apparatet er blevet solgt bedst muligt til anden side.

Da den erhvervsdrivende ikke havde oplyst, til hvem og på hvilke vilkår salget fandt sted, fandt nævnet ikke, at den erhvervsdrivende havde godtgjort, at bortsalget var sket til en lavere pris end den, der var aftalt med forbrugeren. Den erhvervsdrivende blev på den baggrund pålagt at refundere forbrugeren 500 kr. (1996-4012/7-170)

#### **6.2.5. Køb af tv, der havde stået ubrugt på sælgers lager i mere end 6 år. Sælger havde forsømt sin oplysningspligt**

En forbruger henvendte sig i november 1996 hos en radio- og tv-forhandler og købte et tv af mærket B&O LX 5500 med et tilhørende tv-bord for i alt 13.495 kr.

Efter købet fik forbrugeren fra anden side oplyst, at tv-apparatet var en ældre model. Bang & Olufsen Danmark A/S kunne bekræfte, at tv-apparatet blev leveret til sælgeren i august 1990.

Sælgeren afviste forbrugers reklamationer under henvisning til, at forbrugeren havde fået den vare, han ønskede. Sælgeren mente ikke, at han var forpligtet til at nedsætte prisen på tv-apparatet, blot fordi det var af ældre fabrikat og var udgået af produktion.

Forbrugerklagenævnets sagkyndige oplyste, at et tv ikke bør være mere end 1-2 år gammelt, når det sælges som "nyt". I modsat fald bør forbrugeren informeres om tv-apparatets alder. I betragtning af, at tv-apparatet var mere end 6 år gammelt, burde prisen i øvrigt være nedsat.

Nævnet fandt, at sælgeren ved ikke at have oplyst, at tv-apparatet var en ældre model, havde tilbageholdt oplysninger om forhold, der ville have haft betydning for forbrugers bedømmelse af salgsgenstanden. På denne baggrund forelå der en mangel i medfør af købelovens § 76, stk. 1, nr. 3.

Da manglen samtidig ansås for væsentlig, kunne forbrugeren hæve købet, jf. købelovens § 78, stk. 1. (1997-4012/7-256)

#### **6.2.6. Køb af højttalere med 5 års garanti. Forbrugeren havde ikke reklameret inden rimelig tid efter, at hun burde have opdaget manglen. Købelovens § 81**

En forbruger købte den 14. marts 1992 2 højttalere til en pris af 4.090 kr. Der blev ydet 5 års garanti. Den 29. marts 1996 opdagede forbrugeren, at højttalerne ikke svarede til de specifikationer, som fremgik af de udleverede tekniske oplysninger. Forbrugeren reklamerede til sælgeren den 6. april 1996. Sælgeren foretog sig intet i anledning af henvendelsen.

Forbrugerklagenævnets sagkyndige undersøgte højttalerne og udtalte, at de ikke fuldt ud svarede til de af leverandøren opgivne specifikationer.

Nævnet udtalte, at højttalerne måtte anses for mangelfulde efter købelovens § 76, stk. 1, nr. 1 og 2. Da der var tale om en oprindelig mangel, og da forbrugeren først reklamerede godt 4 år efter købet, fandt nævnet imidlertid, at forbrugeren havde mistet retten til at påberåbe sig manglen, idet hun ikke havde reklameret inden rimelig tid efter, at hun havde eller burde have opdaget manglen, jf. købelovens § 81, som gælder uanset den ydede 5-årige garanti. (1996-4011/7-61)

#### **6.2.7. Sælgeren havde handlet i strid med almindelig hæderlighed, idet han ikke havde oplyst, at et minianlæg, der var købt som nyt, var repareret 9 måneder før købet. Ophævelse af købet 3 år senere, jf. købelovens § 83**

En forbruger købte i 1993 et minianlæg til en pris af 4.000 kr. I 1996 var der pludselig intet i anlægget, der virkede, og forbrugeren, som antog, at dette skyldtes en defekt sikring, åbnede anlægget og så et reparationsmærke, der var dateret 9 måneder før, forbrugeren købte anlægget som nyt. Forbrugeren henvendte sig til sælgeren, der bekræftede, at anlægget havde været repareret af sælgeren 9 måneder før købet.

Nævnet udtalte, at en forbruger, når det ikke udtrykkeligt er oplyst, at en vare er brugt, i et tilfælde som det foreliggende er berettiget til at gå ud fra, at den købte vare er ny. Nævnet fandt, at minianlægget var mangelfuldt efter købelovens § 76, stk. 1 nr. 3 og 4, idet forbrugeren ikke var blevet gjort opmærksom på



sagens rette sammenhæng. Nævnet fandt endvidere, at sælgeren havde handlet i strid med almindelig hæderlighed, jf. købelovens § 83, hvorfor forbrugeren ikke var afskåret fra at hæve købet, selvom der først var reklameret 31/2 år efter salgsgenstandens overgivelse til ham. (1996-4011/7-56)

### **6.2.8. En erhvervsdrivende, der i en annonce havde tilbudt at give gratis reparationstilbud, var bundet af dette, da der ikke var taget forbehold ved indleveringen**

En erhvervsdrivende tilbød i en annonce gratis reparationstilbud på B&O ved indlevering. En forbruger, der havde læst annoncen, indleverede sin videobåndoptager til den erhvervsdrivende med henblik på at få et reparationstilbud. Den erhvervsdrivendes tekniker oplyste, at han ikke selv havde tid til at se på videobåndoptageren, hvorfor den ville blive sendt til B&O. Dette ville koste den erhvervsdrivende 650 kr.

Ugen efter meddelte den erhvervsdrivende, at en reparation ville koste 4.727 kr. Forbrugeren ønskede herefter ikke videobåndoptageren repareret, men da han ville afhente denne, krævede den erhvervsdrivende, at forbrugeren betalte 500 kr. for reparationstilbuddet.

Nævnet udtalte, at den erhvervsdrivende, der reklamerede med gratis reparationstilbud, havde haft anledning til på fx et skriftligt modtagelsesbevis at præcisere, at der ville blive afkrævet forbrugeren betaling for det afgivne reparationstilbud. Da den erhvervsdrivende ikke kunne godtgøre, at der var taget forbehold ved indleveringen, blev forbrugeren fritaget for betaling af det krævede beløb. (1997-4012/7-257)

## **6.3. Computere mv.**

### **6.3.1. Forbruger skulle ikke betale for reparation af printerhoved, men alene for en ny printerpatron**

En forbruger havde købt en printer, som efter 4 måneders brug pludselig holdt op med at skrive midt i en udskrivning, umiddelbart efter at den havde printet ca. 20 sider.

Forbrugeren henvendte sig til forretningen, som tilbød reparation af printeren mod betaling af 940 kr., idet man oplyste, at printerhovedet skulle udskiftes.

Forbrugerklagenævnets sagkyndige undersøgte printeren og konstaterede, at fejlen alene skyldtes, at blækpatronen var løbet tør for blæk, hvilket ville have medført en udgift for forbrugeren på 125 kr. for køb af en ny blækpatron.

Da forbrugeren havde fået printeren repareret og betalt under protest, fik hun medhold i sit krav om tilbagebetaling af reparationsudgiften, der havde været unødvendig, dog med fradrag af udgiften til en ny blækpatron, som burde have været hendes eneste udgift. (1996-4031/7-353).

### **6.3.2. Køb af pc på baggrund af annonce i "Den Blå Avis". Købet anset som forbruger køb**

I en annonce i "Den Blå Avis" var en bærbar pc annonceret til 10.000 kr. Som annoncør var oplyst et telefonnummer. Efter telefonisk henvendelse til det angivne telefonnummer kørte forbrugeren ud til sælgeren. Det viste sig, at sælgeren havde et forretningssted med forskellige fjernsynsapparater og elektroniske artikler. Klageren købte pc'en og fik en kvittering, hvor sælgeren anvendte sit firmastempel. I forbindelse med købet lovede sælgeren, at der kunne fremskaffes ekstra ram, og forbrugeren gav udtryk for, at dette var en klar forudsætning for købet.

Efter at have fået pc'en hjem og rettet henvendelse til andre forhandlere, viste det sig, at forbrugeren ikke selv kunne finde nogen steder, hvor det var muligt at anskaffe ekstra ram til pc'en. Efterfølgende har forbrugeren rettet både mundtlige og skriftlige henvendelser til sælgeren, som hver gang alene anførte, at han ville kunne fremskaffe de ekstra ram. På et tidspunkt fik forbrugeren en skriftlig garanti herom af sælgeren. Trods senere henvendelser til sælgeren har denne ikke truffet foranstaltninger til at fremskaffe ekstra ram.

Sælgeren oplyste, at der var tale om en privat pc, der var annonceret i "Den Blå Avis" med angivelse af det private telefonnummer. Indklagede drev en mindre forretning med salg af tv, video og hi-fi udstyr, hvorimod salg af edb-udstyr lå uden for hans forretningsområde. Sælgeren mente derfor, at der var tale om et salg mellem to private, og at sagen derfor ikke kunne behandles af Forbrugerklagenævnet. For så vidt angik køb af ekstra ram oplyste han, at han på salgstidspunktet kunne fremskaffe sådanne, hvis klageren udtrykkeligt havde bedt ham om det.

Forbrugerklagenævnet lagde efter det oplyste til grund, at sælgeren normalt drev erhvervsvirksomhed med salg af audio-/videoudstyr, men ikke med pc eller udstyr hertil. Uanset at den købte pc var annonceret i "Den Blå Avis" med opgivelse af sælgerens private telefonnummer, fandt nævnet, at den endelige købsaftale var indgået på sælgerens erhvervsmæssige salgssted, således at forbrugeren ved købet var blevet bibragt den opfattelse, at der forelå et erhvervsmæssigt salg. Dette blev bestyrket ved, at sælgeren på kvitteringen havde anvendt sit firmastempel, ligesom han havde udstedt en skriftlig garanti for, at der kunne anskaffes ekstra ram. Under hensyn til disse omstændigheder fandt nævnet, at sælgeren i forbrugerklagenævnslovens forstand var at anse for erhvervsdrivende, og nævnet anså sig derfor kompetent til at behandle sagen. Nævnet fandt det dog ikke muligt med den bevisførelse, der kunne finde sted ved nævnet, at afgøre, om uklarheden i parternes oplysninger om harddiskens størrelse senest ved køkets indgåelse var blevet afklaret. Nævnet lagde derimod til grund, at sælgeren havde afgivet en skriftlig garanti om, at der kunne anskaffes ekstra ram for at forøge den interne hukommelse. Da sælgeren i forbindelse med forbrugers reklamation ikke havde givet klageren oplysning om, hvor ekstra ram kunne anskaffes, men først gav disse oplysninger på et så langt senere tidspunkt, at det herefter var tvivlsomt, om ram nu kunne fremskaffes, fandt nævnet, at der forelå en hævebegrundende mangel efter købeloven, og at sælgeren ikke havde truffet rimelige foranstaltninger til at afhjælpe manglen. Forbrugeren kunne derfor hæve købet, jf. købelovens § 78, stk. 3, jf. stk. 1. (1996- 4031/7-70)

### **6.3.3. Forbrugeren bar selv risikoen for, at en multimedie pakke ikke var kompatibel med hans egen pc**

På baggrund af sælgerens tilbudsannonce købte forbrugeren en multimedie pakke, der bestod af et lydkort og et cd-rom drev. På pakkens emballage var det oplyst, at delene var "IBM-PC or compatible", henholdsvis "386 SX or faster" og "286 or faster". Klager købte med henblik på selv at installere pakken.

Klagerens pc var af mærket IBM, men af typen PS/2. Det lykkedes ham derfor ikke at få installeret komponenterne. Efterfølgende blev han klar over, at hans pc anvendte en særlig bustype, som ikke var kompatibel med pakkens komponenter. Han ønskede derfor at hæve handelen, hvilket sælgeren afslog, men tilbød dog i stedet en tilgodeseddel.

Forbrugerklagenævnet lagde efter det oplyste til grund, at forbrugeren havde købt en multimedie pakke i forbindelse med et særligt tilbud, ligesom nævnet efter det oplyste lagde til grund, at forbrugeren ikke havde søgt vejledning hos sælgeren, om de købte udvidelseskomponenter kunne anvendes til hans pc. Nævnet fandt, at forbrugere, der anskaffer komplekse komponenter som fx bundkort, grafikkort, lydkort, cd-rom drev mv., med henblik på selv at foretage installation af disse i en computer, har en forpligtelse til at søge oplysning om, hvorvidt de pågældende komponenter er kompatible til den computer, som forbrugeren ønsker at installere komponenterne i. Inden for computerbranchen, hvor der ikke eksisterer vedtagne standarder, men hvor der opereres med såkaldt de facto standard (IBM fabriksstandard), påhvilede der køberen en ekstra forpligtelse til at søge oplysning om kompatibilitet.

På denne baggrund fandt nævnet, at risikoen for, at den købte multimedie pakke ikke var kompatibel med forbrugers pc, påhvilede forbrugeren selv. Der forelå derfor ikke en mangel i det foreliggende tilfælde. Forbrugeren fik derfor ikke medhold i sit krav om at hæve købet. (1996-4031/7-206).

### **6.3.4. Tilmelding til 3 måneders gratis Internet forpligtede ikke efterfølgende forbrugeren til 1 års abonnement på Internettet**

En forbruger fik i marts måned en tilmeldingsblanket vedrørende 3 måneders gratis prøveabonnement på Internettet. Forbrugeren udfyldte blanketten og sendte den tilbage. Herefter hørte han intet fra den erhvervsdrivende. Han vidste således ikke, om Internetforbindelsen var etableret, og han havde ikke modtaget password og brugernavn.

I september måned modtog forbrugeren et brev fra den erhvervsdrivende, hvoraf det fremgik, at forbrugeren skulle betale for 1 års abonnement på Internettet, da han ikke over for den erhvervsdrivende havde tilkendegivet, at han ikke ønskede at fortsætte med abonnementet efter udløbet af de 3 måneders gratis prøvetid.

Forbrugerklagenævnet lagde til grund, at forbrugeren ikke havde haft mulighed for at gøre brug af prøveabonnementet, som derfor ikke blev anset for at være trådt i kraft.

Nævnet fandt, at et vilkår i et prøveabonnement om, at en abonnementsaftale anses for indgået, medmindre prøveabonnenten inden en vis frist giver meddelelse om, at han ikke ønsker at fortsætte abonnementet efter prøvetidens udløb, tilsigter på urimelig måde at pådutte forbrugeren en kontraktindgåelse. En sådan fremgangsmåde er udtryk for negativ aftalebinding og anses i almindelighed for at være i strid med god markedsføringsetik, ligesom et sådan vilkår vil kunne forventes tilsidesat efter aftalelovens § 38 C, stk. 1, jf. § 36.

Forbrugeren var derfor ikke bundet af nogen abonnementsaftale indgået med den erhvervsdrivende. (1996-4052/7-6)

## **6.4. Telefoner mv.**

### **6.4.1. Det påhvilede en udbyder af sexydelser, der leveredes over telefonen, at bevise, hvem der havde bestilt sexydelserne. Da udbyderen ikke kunne løfte denne bevisbyrde, blev forbrugeren fritaget for betaling**

En forbruger modtog en samlet regning fra en udbyder af telefonsex for 23 opkald til i alt 2.296,20 kr.

Straks ved modtagelsen reklameredes over for udbyder, der fastholdt krav om betaling under henvisning til de på regningerne anførte tidspunkter. Firmaet henviste til, at klageren kunne få verificeret opringningerne til sexlinien hos telefonselskabet.

De pågældende sextjenester annonceres i forskellige dagblade med angivelse af en pris på 4,95 kr. pr. kvarte minut, dog minimum debitering 5 minutter + gebyr. Der er tale om opkald til på forhånd indspillede beskeder og derfor ikke en dialog med en person.

Der foreligger køb af en ydelse, der leveres over telefonen, og for hvilken der fremsendes en særskilt regning. Der er derfor ikke tale om overtakserede tjenester, 900-numre, hvor teleselskabet varetager opkrævning af købesummen over for abonnenten.

Nævnet fandt, at udbyder af sexlinierne havde tilrettelagt sin formidling af ydelserne på en sådan måde, at der ikke umiddelbart kunne ske identifikation af den enkelte bruger, men alene af abonnenten på det pågældende telefonnummer.

Der er endvidere ikke mellem parterne noget abonnements- eller andet fast kontraktforhold. Nævnet fandt derfor, at udbyder havde bevisbyrden for, at indehaveren af telefonabonnementet havde foretaget de hævdede

opkald. Da udbyder ikke havde godtgjort eller blot sandsynliggjort dette, fandt nævnet ikke, at forbrugeren var forpligtet til at betale de fremsendte regninger.

Nævnet bemærkede supplerende, at udbyder ikke kan kræve, at forbrugerne i situationer som disse skulle indhente dokumentationen fra den relevante teleoperatør med henblik på at bevise, at opkaldene ikke havde fundet sted. (1996-4051/7-130)

## **6.5. Anden elektronik**

### **6.5.1. Lejeren af et solarium kunne opsige lejeaftale med en bindingsperiode på 3 år med 1 måneds varsel**

En forbruger havde i februar 1995 lejet et solarium til en værdi af 6.495,00 kr. Den månedlige leje var aftalt til 248,00 kr. Ifølge lejekontrakten var forbrugeren bundet i minimum 3 år.

Efter ca. 2 års leje ønskede forbrugeren på grund af flytning at opsige lejeaftalen med 1 måneds varsel. Dette ville udlejningsselskabet ikke acceptere. Udlejeren var dog indstillet på, at forbrugeren kunne opsige lejeaftalen med 3 måneders varsel under henvisning til en tidligere afgørelse truffet af Forbrugerklagenævnet (Juridisk årbog 1995, s. 228-9. Se endv. Juridisk årbog 1996, s. 103-4). På tidspunktet for opsigelsen havde forbrugeren betalt 26 måneders leje, svarende til 6.448,00 kr.

Nævnet udtalte, at det naturlige anvendelsesområde for forbrugerftaler om leje af løsøre er de tilfælde, hvor en forbruger midlertidigt har behov for at benytte den lejede genstand. Forbrugeren har i disse tilfælde samtidig en åbenbar interesse i at kunne opsige lejeaftalen med et rimeligt varsel, når denne ikke længere ønsker at gøre brug af det lejede.

Nævnet udtalte endvidere, at et vilkår som det foreliggende, hvorefter den indgåede lejeaftale er uopsigelig i 3 år, kan være særdeles byrdefuld for forbrugeren, samtidig med at vilkåret ensidigt varetager indklagedes finansielle interesser. Hvis anskaffelsen af et varigt forbrugsgode finansieres med midler hidrørende fra forbrugeren, bør dette ske under overholdelse af kreditaftalelovens regler, hvorfor det er vanskeligt at se, at en udlejer i forbrugerforhold kan have nogen loyal interesse i at betinge sig længere tids uopsigelighed.

På denne baggrund fandt nævnet, at det var urimeligt og i strid med redelig handlemåde at gøre vilkåret om uopsigelighed i 3 år gældende, jf. aftalelovens § 38 c, sammenholdt med § 36. Vilket burde lempes, således at der blev fastsat en rimelig opsigelsesfrist, som tilgodeser hensynet til begge parter.

Nævnet fandt ikke, at udlejeren, som gennem den betalte leje stort set havde fået dækket solariets anskaffelsespris, havde nogen loyal interesse i at modsætte sig, at kontrakten blev opsagt med 1 måneds varsel. Forbrugeren var derfor frigjort fra aftalen med 1 måneds varsel. (1997-7211/7-20).

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

### **6.7. Tekstiler og skind (beklædning og bolig)**

#### **6.7.1. Fagmæssig rådgivning ved gardinkøb indebærer bl.a. oplysning om krympning og mulige måder at sy gardinerne på, når der skal tages højde for den forventede krympning**

En forbruger bestilte syning af bomuldsgardiner. Forinden havde forbrugeren haft forskellige gardinprøver med hjem. De var isyet renholdelsesanvisninger, hvoraf fremgik, hvordan gardinstofferne skulle behandles, og hvor meget de ca. krympede. Ved leveringen var et af gardinerne isyet en materialeangivelse og en renholdelsesanvisning, hvoraf bl.a. fremgik: "100% bomuld" "Krympning ca. 3%".

Ved forbrugerens vask af gardinerne krympede de ca. 2,5-2,8%. Gardinerne var syet med en bundsøm med et dobbelt ombuk, så de kunne lægges ned i det omfang, de var krympet. Men forbrugeren anførte, at hun ikke ved købet var blevet advaret mod, at gardinerne ville krympe, og forlangte derfor pengene tilbage eller gratis nedlægning.

Ved sagens forelæggelse for Forbrugerklagenævnet bemærkede nævnet indledningsvis, at i henhold til de normer, der almindeligvis lægges til grund, accepteres krympning på gardiner på 1%. Ved større krympninger har den erhvervsdrivende efter nævnets opfattelse en særlig vejledningspligt over for forbrugeren. Nævnet fandt således, at det hører med til en fagmæssig rådgivning af forbrugeren, at den erhvervsdrivende i forbindelse med forbrugerens bestilling af gardiner oplyser om gardinstoffets tendens til krympning (den oplyste fra stoffabrikanten eller den erfaringsmæssigt forventede krympning, henset til gardinstoffets materiale) og mulige måde at sy gardinerne på, når der skal tages højde for krympningen. Fagmanden bør herefter aftale med forbrugeren, hvordan denne ønsker syningen af gardinerne, når der skal tages hensyn til den forventede krympning. En fagmæssig korrekt syning forudsætter dernæst, at fagmanden har taget højde for krympningen.

Nævnet bemærkede herefter, at da forbrugeren havde bestridt, at sælgeren ved opmålingen til gardinerne i hendes hjem havde oplyst hende om, at gardinerne ville krympe ved renholdelse, påhvilede det sælgeren at godtgøre, at han ved købet oplyste forbrugeren om en forventet krympning på 3%.

Nævnet fandt at kunne lægge til grund, at sælgeren havde løftet bevisbyrden for, at han ved købet havde oplyst forbrugeren om krympningen. Nævnet lagde vægt på, at sælgeren havde oplyst, at han havde rådgivet forbrugeren om gardinernes krympning ved renholdelse, og at der var isyet renholdelsesanvisning med oplysning om krympning ("krympning ca. 3%") i gardinerne. Nævnet fandt endvidere, at forbrugeren selv havde en vis undersøgelsespligt, når hun forinden bestillingen havde fået forevist gardinprøver, der var isyet renholdelsesanvisninger, hvoraf det fremgik, hvordan den pågældende gardintype skulle renholdes, og hvor

meget den ca. krympede. Nævnet lagde herudover vægt på, at forbrugeren var vidende om, at gardinerne var af bomuld, og at det måtte anses for almindeligt kendt, at bomuld krymper i vask.

Sælgeren havde ved syningen taget højde for krympningen ved dobbelte ombuk i bundsømmene, som, henset til at gardinerne efter forbrugers ønske var syet med faste læg foroven, måtte anses for en hensigtsmæssig måde at tage højde for krympningen på. Nedlægning kunne endvidere efter den sagkyndiges erklæringer ske i den størrelsesorden, som gardinerne var krympede, uden at det ville være synligt. Nævnet fandt på den baggrund, at forbrugeren ikke kunne gøre noget krav gældende over for sælgeren. Forbrugeren fik derfor ikke medhold i klagen. (1996-662/7-34)

### **6.7.2. Sælgeren af et væg til væg-tæppe havde ret til afhjælpning, selvom der ikke var tale om et forbruger køb**

En erhvervsdrivende købte væg til væg-tæpper til pålægning i virksomheden. Efter leveringen reklamerede køberen over pålægningen. Sælgeren erkendte fejl ved et af tæpperne og tilbød afhjælpning. Parterne kunne ikke blive enige, og sagen blev indbragt for Forbrugerklagenævnet.

En sagkyndig undersøgelse viste, at den tilbudte afhjælpning ville have afhjulpet fejlene i dette tæppe.

Under henvisning til, at sælgerens afhjælpningstilbud blev fremsat relativt hurtigt efter leveringen og til, at der var tale om en vare, der var tilpasset køberens forhold (et væg til væg-tæppe) fandt nævnet, at sælgeren uanset at der ikke var tale om en forbruger aftale havde haft ret til at imødegå køberens mangelskrav ved den tilbudte afhjælpning. Da køberen havde afvist sælgerens tilbud, gav nævnet ikke køberen medhold i kravet om at få købesummen helt eller delvis tilbage. (1996-661/7-135).

### **6.7.3. En meget lille krympning af et væg til væg-gulvtæppe blev ikke anset for en mangel**

Et væg til væg-gulvtæppe krympede en anelse efter pålægningen. Efter en besigtigelse udtalte Forbrugerklagenævnets sagkyndige, at krympningen var så lille, at den lå inden for rammerne af det acceptable og forventelige. Enkelte steder havde tæppet sat sig, således at der var ca. 3 mm luft ind til væggen. På denne baggrund fandt Forbrugerklagenævnet ikke, at gulvtæppet var behæftet med mangler, der berettigede forbrugeren til at gøre krav gældende mod sælgeren. (1996-661/7-151)

### **6.7.4. Køb af gardinstof fejlagtigt tilbud bindende for forretningen**

En klager havde fået tilbudt at købe 12 meter gardinstof til 480 kr. pr. meter med en kontantrabat på 20% (384 kr. pr. meter). Samtidig med tilbuddets afgivelse blev der udleveret en stofprøve til brug for indhentelse af tilbud hos en gardinmontør. Nævnet lagde til grund, at tilbuddet derfor måtte fortolkes således, at klageren havde en rimelig betænkningstid for antagelse af tilbuddet, jf. aftalelovens § 3.

Da klageren ville antage tilbuddet, viste det sig, at der ved en fejltagelse fra indklagedes side var blevet udleveret en stofprøve af en dyrere vare (1.571 kr. pr. meter). Nævnet lagde til grund, at klageren havde modtaget og antaget tilbuddet i god tro. Indklagede var derfor bundet af tilbuddet, jf. aftalelovens § 1. Indklagede blev derfor fundet pligtig at udlevere 12 meter af det foreviste stof til den tilbudte pris. (1997-662/7-81)

#### **6.7.5. Klageren kunne ikke kræve en afhjælpning, der ville påføre den indklagede væsentlige omkostninger. Købelovens § 78, stk. 1**

En forbruger købte 2 ens dragter. Den ene dragt var rød og kostede 700 kr., den anden var sort og kostede 799 kr. Ved købet blev det oplyst, at tøjet ville blive syet ind og lagt op vederlagsfrit, og dette var en forudsætning for klagerens køb.

Forbrugeren var imidlertid ikke tilfreds med tilretningen af dragterne og indbragte sagen for Forbrugerklagenævnet og fremsatte et krav om, at en anden skrædder rettede dragterne til, eller at købet blev hævet.

Indklagede har over for Forbrugerstyrelsen oplyst, at klageren blev tilbudt at hæve købet for dragterne, men det ønskede hun ikke. Klageren har oplyst, at indklagedes tilbud først er fremsat, efter at klagen blev indgivet til Forbrugerklagenævnet; klageren afviser i øvrigt tilbuddet med den begrundelse, at meningen med sagen var at holde indklagede til aftalen om, at hvis tøjet ikke passede 100 %, ville det blive tilpasset.

Forbrugerstyrelsens sagkyndige oplyste, at tilretningen af begge dragter måtte anses for mangelfuld, og sagen blev overgivet til nævnsbehandling.

Nævnet fandt, at det af indklagede udførte syarbejde måtte karakteriseres som mangelfuldt, men da tilretning hos en anden skrædder ville påføre indklagede væsentlige omkostninger, fandt nævnet ikke, at klageren kunne stille krav om en sådan afhjælpning, jf. købelovens § 78, stk. 1.

Nævnet fandt herefter, at klageren var berettiget til at hæve købene mod udlevering af dragterne eller at modtage et forholdsmæssigt afslag på 400 kr. (1996-619/7-13)

#### **6.7.6. Forbruger mistede krav på erstatning på grund af for sen opfølgning af reklamation**

En forbruger indleverede i oktober 1995 sit jakkesæt til 3.200 kr. af mærket Cerutti til rensning. Efter rensningen var jakkens forside krøllet, lommerne krøllede i kanterne, og jakkens inderfor foldede. Forbrugeren reklamerede over for rensneriet første gang den 25. oktober 1995. Rensneriet afviste forbrugeren. Forbrugeren foretog sig intet i de næste 7 måneder og reklamerede først igen den 28. maj 1996 og indbragte efterfølgende sagen for Forbrugerklagenævnet.



Nævnets sagkyndige besigtigede jakkesættet og kunne ganske rigtigt konstatere, at jakkesættet havde ændret udseende efter rensningen. Ifølge de sagkyndige skyldes dette, at jakkesættet var blevet rensset med en for høj fugtighed.

Nævnet fandt, at renseriet havde begået en fagmæssig fejl ved rensningen og derved pådraget sig et erstatningsansvar over for forbrugeren. Nævnet fandt imidlertid, at forbrugeren havde fortabt retten til at kræve erstatning ved at lade ca. 7 måneder hengå inden den første rettidige reklamation blev fulgt op. (1996-612/7-119)

#### **6.7.7. Renseriets havde behandlet en jakke i strid med den informative mærkning**

En jakke, der var en del af en habit, blev indleveret til rensning, fordi der var kommet en lille olieplet på det ene ærme.

Da jakken var blevet rensset, opdagede forbrugeren, at jakken var blevet skjoldet og havde ændret farve i forhold til benklæderne, der ikke var blevet rensset.

Ved besigtigelse af habitten i ultraviolet lys konstateredes det, at jakken havde en tydelig optisk hvid refleksion, hvilket indikerer, at jakken havde været udsat for en form for vådbehandling. Det vil sige en behandling, der er i strid med den informative mærkning, der alene tillader rens i perchlor.

Nævnet fandt derfor, at renseriet var erstatningsansvarlig over for klageren med hensyn til jakken, da det kun var den, der var indleveret til rensning. (1996-612/7-170)

#### **6.7.8. Rens af 2-delt dragt. Et tungt bæltespænde burde have været fjernet forinden rens for at undgå skader på dragten**

Renseren burde have vejledt klageren om risikoen. Erstatningsansvar. Vedligeholdelsesanvisningen ansås endvidere for vildledende. Købet kunne hæves i forhold til sælgeren. Solidarisk ansvar

Forbrugerklagenævnet har behandlet to sager, hvor forbrugere havde købt en 2-delt dragt, hvorpå der var fastsyet et bælte med et forholdsvis tungt metalspænde. I dragternes vedligeholdelsesanvisning var angivet, at dragten skulle renses. Efter rens var der på dragterne kommet små hvidlige mærker og huller i stoffet.

Forbrugerstyrelsens sagkyndige konstaterede, at skaderne på stoffet med overvejende sandsynlighed var forårsaget under rensprocessen af bæltespænderne. De sagkyndige udtalte, at renserne ud fra deres faglige viden burde have været opmærksomme på denne risiko. Renserne burde derfor have vejledt forbrugerne om risikoen, ligesom renserne burde have gjort, hvad man kunne for at nedsætte eller eliminere risikoen, fx ved at foreslå bæltet fjernet. På denne baggrund fandt nævnet, at renseren var erstatningsansvarlig for skaderne på dragten.

Det var endvidere nævnets opfattelse, at forbrugeren havde fået vildledende oplysninger, idet det af vedligeholdelsesanvisningen fremgik, at dragten kunne renses, uden at det var anført, at spændet skulle fjernes forinden rens. Nævnet fandt således, at dragten var behæftet med en væsentlig mangel, der berettigede klageren til at hæve købet. Renseren og sælgeren hæftede solidarisk (1997-615/7-161 + 1998-614/7-181)

## **6.8. Fodtøj**

### **6.8.1. Reparation af et par damesko. En stift i sålen var ikke slået ordentligt i og medførte skader på klagerens parketgulv**

Erstatningsansvar for reparatøren, idet skaden var en påregnelig følge af den begåede fejl Klageren havde haft sine sko til reparation, og havde efter afhentning haft skoene på hjemme. Dagen efter opdagedes en masse små huller i klagerens parketgulv, hvilken skade klageren mente skyldtes en stift, der stak lidt ud fra den ene hæl. Klageren krævede derfor erstatning for det ødelagte gulv af reparatøren.

Forbrugerstyrelsens skosagkyndige vurderede skoene og fandt, at reparatøren i forbindelse med reparationen af skoene havde forsømt at slå en stift på venstre hæls forkant helt i bund.

Af den byggesagkyndiges erklæring fremgik, at den udragende stift uden tvivl var årsag til skaden på gulvet. Nævnet fandt, at der var årsagssammenhæng mellem den udragende stift og hullerne i klagerens gulv. Adækvans-betingelser for erstatningsansvaret var ligeledes opfyldt, fordi fejlen var generelt begunstigende for den indtrådte skade. Der var ikke grundlag for at nedsætte erstatningen som følge af egen skyld, idet klageren ved brug af skoen ikke kunne mærke den udragende stift.

Samlet finder nævnet, at reparatøren var erstatningsansvarlig for skaderne på klagerens gulv. Erstatningen fastsattes til et beløb svarende til prisen for slibning og lakering af klagerens gulv med fradrag svarende til den værdiforøgelse, som klageren opnåede. Erstatningen fastsattes skønsmæssigt til 1.500 kr. (1996-62/7-43)

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

### **6.9.1. Køb af eksklusiv Piet Hein Sinuslampe, som efterfølgende blev seriefremstillet**

En forbruger havde besluttet sig for at investere 19.800 kr. i køb af en Piet Hein Sinuslampe i anledning af Piet Hein's 90-års fødselsdag. Forbrugeren havde i markedsføringsmaterialet læst, at "Lampen fremstilles i et stærkt begrænset antal på indtil 500 eksemplarer. Hver enkelt lampe er signeret og nummereret ...". Af annoncen fremgik endvidere: "Dette er eneste chance for at sikre sig Piet Hein's Sinuslampe i en særlig eksklusiv glaskvalitet. Signeret og nummereret".

Ca. 7 måneder efter opdagede forbrugeren, at lampen kan købes i alle førende belyningsforretninger, møbelhuse og autoriserede el-installatører landet over for 6.995 kr. Klageren følte sig vildledt. Hun troede, at

der kun ville blive fremstillet indtil 500 eksemplarer, og at købet derfor ville være en god investering. Hvis hun ved indgåelsen af købet havde fået at vide, at der efterfølgende ville blive produceret tilsvarende lamper til 6.995 kr., ville hun aldrig have købt lampen.

Sælgeren og producenten af lampen afviste, at forbrugeren kunne få sine penge tilbage. Ifølge sælgeren var forbrugeren tilsyneladende ikke bekendt med den absolutte forskel mellem den håndgjorte lampe, som forbrugeren havde købt, og den serieproducerede lampe. Forbrugers lampe var fremstillet i håndarbejde hos førende kunstnere og håndværkere og til slut nummereret og signeret samt pakket i en særlig eksklusiv håndfremstillet emballage. Denne udgave af lampen ville aldrig blive produceret i flere end 500 eksemplarer. De lamper, som forbrugeren havde set til 6.995 kr., var serieproducerede og ville over årene blive produceret i et anseeligt antal.

Nævnet fandt, at det udtrykkeligt af annoncen fremgik, at den vedrørte en eksklusiv udgave af lampen, og at det er denne udgave, som fremstilles i et begrænset antal eksemplarer. Det kunne efter nævnets opfattelse ikke udledes af annonceteksten, at modellen ikke senere ville blive seriefremstillet til en lavere pris. Nævnet fandt det derfor ikke godtgjort, at der skulle være givet urigtige eller vildledende oplysninger i sælgerens markedsføringsmateriale, eller at indklagede skulle have tilsidesat sin loyale oplysningspligt ved at undlade at oplyse, at Sinuslampen efterfølgende ville blive seriefremstillet og solgt til ca. 1/3 af prisen for den eksklusive udgave. (1996-67/7-25)

### **6.9.2. Målangivelse på børnesenge oplysninger fortolket i overensstemmelse med aftalelovens § 38b**

En forbruger ønskede at hæve købet af nogle børnesenge, idet de angivne mål på 90 x 200 cm viste sig at være indvendige og ikke udvendige mål, som forbrugeren havde troet. Sengene var købt til små værelser og kunne derfor ikke bruges.

Ifølge den erhvervsdrivende er det almindelig praksis at anføre madrasmålet på senge.

Nævnet fandt, at klageren havde været berettiget til at forstå målene således, at der var tale om udvendige mål. Der blev herved lagt vægt på, at indklagede kunne have undgået misforståelser ved udtrykkeligt at angive, at det var indvendige mål, at der var tale om børnesenge, der ikke var beregnet til egentlige madrasser, og at der i brochuren ud over bredde- og længdemål også var angivet højdemål, jf. princippet i aftalelovens § 38 b. Klageren var herefter berettiget til at hæve købet. (1996-65/7-518)

### **6.9.3. Returret ved køb af tre dele til et reolsystem. Varer, som er udstillet i forretningen, eller som er reklameret for i et katalog, kan normalt ikke anses for specielt bestilte, heller ikke selv om varen i det konkrete tilfælde ikke er på lager og derfor må bestilles hjem for at opfylde en bestilling**

Klageren havde bestilt tre dele til et reolsystem. Reolsystemet var udstillet i forretningen og vist i et katalog. Varerne blev bestilt, og levering fandt sted ca. 1 måned efter. Da reoldelene ikke passede ind i klagerens eksisterende reolsystem, ønskede klageren at returnere varerne dagen efter levering.

Ifølge forretningens katalog kan kunderne fortryde købet og inden for otte dage levere varen tilbage, men der er i kataloget samtidigt taget følgende forbehold: "Vi tager ikke nedsatte eller specielt bestilte varer retur".

Forretningen nægtede returnering med henvisning til, at der var tale om en "specielt bestilt vare", idet varen var bestilt specielt til klageren fra reolfabrikken.

Heroverfor anførte klageren, at varen var udstillet i forretningen og reklameret for i kataloget, hvorfor klageren ikke opfattede bestillingen som vedrørende en vare, som blev specielt bestilt til ham. Klageren regnede derfor med fortrydelsesret, da han ikke var blevet gjort opmærksom på andet ved bestillingen.

Nævnet udtalte, at udtrykket "specielt bestilte varer" er upræcist, og en eventuel fortolkningstvivi må i givet fald komme forretningen til skade, jf. herved aftalelovens § 38 b, stk. 1. Varer, som indklagede har udstillet i forretningen eller reklamerer for i sit katalog, kan efter nævnets opfattelse normalt ikke anses for "specielt bestilte", heller ikke selv om forretningen i det konkrete tilfælde ikke har varen på lager og derfor har måttet bestille varer hjem for at opfylde en bestilling.

På denne baggrund fandt nævnet, at klageren havde krav på at fortryde købet på de i returretten tilsagte betingelser. (1997-65/7-523)

#### **6.9.4. Fortabelse af mangelsindsigelse på grund af passivitet**

En klager havde allerede ved leveringen af en lædersofa bemærket, at der var en stor plet midt på sofaens rygstykke, men reklamerede først herover 3 til 4 måneder senere.

Nævnets sagkyndige udtalte, at der var tale om et naturligt mærke, fremkommet mens dyret levede. Ifølge den sagkyndige var mærket så markant, at det skæmmede sofaen, og det burde derfor have været placeret et mindre synligt sted.

På baggrund af den sagkyndiges udtalelse fandt nævnet, at sofaen var behæftet med mangler. Klageren havde imidlertid ikke reklameret inden rimelig tid og var derfor afskåret fra at gøre mangelsindsigelse gældende. (1996-65/7-510)

#### **6.9.5. Køb af en boxmadras med 10 års garanti. Fortolkning af garantien**

En sælger nægtede at ombytte en defekt madras under den ydede 10 års garanti, der lød således:

"xx's 10 års garanti på xx og xx boxspringmadras dækker på nedenstående betingelser. Madrasserne skal anvendes i private hjem og til normal brug, da garantien ikke omfatter køb til erhverv. Ved brud på fjedre og ramme omfatter garantien udskiftning eller reparation af madrassen. xx afgør om madrassen skal repareres eller udskiftes. xx er ikke forpligtet til at stille erstatningsmadras til rådighed i en eventuel reparationsperiode. Garantien er kun gældende mod forevisning af korrekt udfyldt garantibevis og købskvittering. Afhentning og udbringning er ikke omfattet af garantien. Garantien gælder i 10 år fra leveringsdato."

Sælgeren gjorde gældende, at skaden ikke var omfattet af garantien, der kun dækkede stel-/fjederbrud.

Forbrugerklagenævnets sagkyndige kunne konstatere, at fjederindlægget i et område var betydeligt blødere end i den øvrige del af madrassen. Der var ifølge den sagkyndige ikke tale om fjederbrud, men om en anden væsentlig mekanisk fejl.

Nævnet lagde efter den sagkyndige erklæring til grund, at madrassen var behæftet med en materiale- eller fabrikationsfejl, men uden at der var tale om materialebrud. Da det ikke i garantibeviset nærmere var præciseret, hvilke fejl der var omfattet af garantien, fandt nævnet, at garantitilsagnet måtte forstås således, at garantien omfattede materiale- eller fabrikationsfejl. Garantens bestemmelse om, at ved brud på fjedre og ramme omfatter garantien udskiftning eller reparation af madrassen, var ikke en tilstrækkelig klar tilkendegivelse af, at garantien alene omfattede brud på fjedre og ramme. Denne bestemmelse angav alene, hvilke beføjelser garantien udløste ved brud på fjedre og ramme.

Nævnet henviste endvidere til aftalelovens § 38 b, stk. 1, hvorefter et standardvilkår skal fortolkes på den måde, som er mest gunstig for forbrugeren, såfremt der opstår tvivl om forståelsen af vilkåret.

Nævnet fandt derfor, at skaden var dækket af den 10-årige garanti, og at klageren havde krav på ombytning af madrassen. (1996-65/7-355).

## **6.10. Barnevogne, cykler, knallerter, sports- og fritidsinteresser**

### **6.10.1 Barnevogn købt med en fabriksgaranti på 1 år. Inden for garantiperioden reklamerede forbrugeren over en mangel til sælgeren men ikke til fabrikanten. I henhold til bestemmelserne i købelovens § 85 var forbrugeren ikke afskåret fra at gøre garantikrav gældende mod fabrikanten**

En forbruger købte en barnevogn med 1 års fabriksgaranti. Kort tid før udløbet af garantiperioden reklamerede hun til sælgeren, fordi barnevognen var falmet usædvanlig meget. Sælgeren afviste reklamationen. Forbrugeren indbragte herefter sagen for Forbrugerklagenævnet, der på baggrund af en sagkyndigs udtalelse lagde til grund, at falmningen skyldtes stoffets utilstrækkelige vejrægthed. Nævnet fandt derfor, at

barnevognen var behæftet med en mangel. Fabriksgarantien måtte forstås således, at forbrugeren havde krav på vederlagsfri afhjælpning af sådanne fejl. Efter bestemmelserne i købelovens § 85 afskar den manglende direkte reklamation over for producenten ikke forbrugeren fra at gøre krav gældende i henhold til garantien. (1996-525/7-51)

### **6.10.2. Bagatelagtige mangler ved racercykel**

En forbruger havde købt en racercykel. Ved købet blev det aftalt, at forretningen skulle påmontere forskellige reservedele herunder et støtteben specielt til racercykler. I første omgang kom forretningen imidlertid til at påmontere en forkert type støtteben, hvorved der opstod en bule i cykelstellet.

Nævnet fandt efter den sagkyndiges erklæring, at den konstaterede bule var at anse som en bagatelagtig mangel, der ikke havde forringet cyklens værdi. Klager fik derfor ikke medhold i sit krav om en ombytning eller et forholdsmæssigt afslag i købesummen. Klageren ansås heller ikke berettiget til erstatning, da han ikke havde lidt noget tab. (1997-523/7-168)

### **6.10.3. Indlevering af cykel til reparation. Erstatning for uberettiget bortsalg af cyklen**

En forbruger indleverede sin cykel til reparation hos den erhvervsdrivende, idet der skulle foretages en udskiftning af pedalerne. Da forbrugeren kom for at hente cyklen 4 måneder senere, fik hun oplyst, at cyklen var bortsolgt for 1.000 kr., idet forbrugeren ikke havde afhentet cyklen inden for rimelig tid. Cyklen, der var 3 år gammel ved indleveringen, var i meget god stand og kostede på købstidspunktet 6.897 kr. Den erhvervsdrivende afviste at have været uberettiget til at bortsælge cyklen efter 4 måneders opbevaring, og forbrugeren klagede herefter til Forbrugerklagenævnet.

Forbrugerklagenævnet bemærkede, at den erhvervsdrivende som reparatør var forpligtet til at drage omsorg for reparerede varer, som ikke blev afhentet. Nævnet udtalte endvidere, at en reparatør imidlertid vil kunne skride til salg, når der er grund til at befrygte, at genstandens værdi ikke mere giver sikkerhed for vederlaget for yderligere opbevaring. Nævnet fandt dog ikke, at den erhvervsdrivende uden videre havde været berettiget til at bortskaffe forbrugers cykel.

Nævnet fandt derfor, at den erhvervsdrivende var erstatningsansvarlig og måtte erstatte forbrugeren værdien af den omhandlede cykel på afhentningstidspunktet, som af en sagkyndig var vurderet til 3.500 kr. Da den foretagne reparation ikke havde haft nogen værdi for forbrugeren, havde den erhvervsdrivende ikke krav på reparationsvederlag. (1996-523/7-72)

## **6.11. Foto, ure, optik, smykker**

### **6.11.1. Kamera købt med en producentgaranti. Køber kunne ikke gøre krav gældende, da han havde kendskab til manglen**

En fotohandler havde taget nogle Nikon kameraer hjem og havde solgt et af dem til en forhandler i Grønland. Med kameraerne fulgte et garantibevis, ifølge hvilket producenten ydede garanti i et år mod produktionsfejl. Sådanne fejl ville gratis blive repareret på et af de værksteder, der stod opført på en liste. Af garantibetingelserne fremgik, at garantibeviset udleveredes til den første køber og var strengt personligt. Købsdatoen skulle kunne dokumenteres.

Fotohandleren i Grønland opdagede, at der var en fejl på kameraet, og returnerede det til forhandleren i Danmark. Denne indsendte det til det serviceværksted, der stod på listen i garantibeviserne, og anmodede om gratis reparation i henhold til garantien. Serviceværkstedet returnerede kameraet uden reparation, idet garantibeviset ikke var behørigt udfyldt.

Fotohandleren solgte nu kameraet til en af sine ansatte, og det blev herefter på ny indsendt til serviceværkstedet nu med et garantibevis, der var udfyldt korrekt, men med en købsdato, som lå efter den dato, da serviceværkstedet første gang havde sendt kameraet retur.

Serviceværkstedet afviste også denne gang at foretage reparation, idet man gjorde gældende, at garantien ikke kunne overdrages til tredjemand. Fotohandlerens ansatte indgav klage til Forbrugerklagenævnet og påberåbte sig Forbrugerombudsmandens retningslinier for anvendelse af garantiudsagn i reklamer og aftalevilkår, i hvis punkt VII det hedder: "Garantien må ikke bortfalde i tilfælde af genstandens overdragelse til andre".

Forbrugerklagenævnet udtalte, at det var ubestridt, at klageren ved købet var bekendt med, at kameraet var fejlbehæftet. Kameraet var derfor ikke ved købets indgåelse af en ringere beskaffenhed end påregnet af køberen, hvorfor der ikke forelå mangler ved kameraet i købelovens forstand, jf. herved købelovens § 76. Klageren havde da heller ikke fremsat mangelskrav over for sælgeren, hvorimod han havde påberåbt sig den af producenten afgivne garanti.

Da klageren således ved købet havde været fuldt bekendt med, at kameraet var fejlbehæftet, fandt nævnet det ikke godtgjort, at der i forhold til klageren forelå en af garantien omfattet defekt, som berettigede klageren til at kræve vederlagsfri reparation.

Den ansatte fik således ikke medhold i klagen. (1997-4021/7-36)

### **6.11.2. Fotografering ved et bryllup. Negativerne bortkommet. Ikke medhold i krav om erstatning for udgifter afholdt i forbindelse med fornyet fotografering**

I forbindelse med sit bryllup den 17. maj 1996 aftalte en forbruger med en fotograf, at fotografen mod betaling af 600 kr. skulle levere 12 billeder fra vielsen. Billederne skulle fremsendes til forbrugeren i løbet af 7-10 dage.

Efter at have rykket for billederne fik forbrugeren oplyst, at negativerne som følge af en fejl på det laboratorium, som fotografen benyttede, var blevet ødelagt.

Fotografen returnerede de 600 kr., som forbrugeren havde betalt for billederne.

Forbrugeren krævede herefter erstatning på i alt 6.655 sv. kr., svarende til de udgifter, som forbrugeren havde haft til omfotografering, herunder leje af brudekjole og jakkesæt, køb af brudebuket og udgifter til sminkning.

Nævnet fandt, at da fotografen ikke havde leveret den aftalte ydelse, havde han fortabt retten til at oppebære vederlag herfor. Nævnet fandt endvidere, at fotografen hæftede for den faglige fejl, som laboratoriet havde begået, men da de manglende fotografier fra vielsen i erstatningsretlig forstand ikke kunne karakteriseres som et tab af økonomisk karakter, kunne der ikke tilkendes forbrugeren erstatning. (1996-4025/7-10)

### **6.11.3. En fotohandler, der havde beskadiget en film under fremkaldelsen, var ikke forpligtet til at afhjælpe fejlen eller erstatte forbrugers udgifter til afhjælpning. Forbehold**

En forbruger indleverede en film til fremkaldelse hos en fotohandler, der i en annonce havde oplyst, at billeder blev fremkaldt i gennemført kvalitet, idet fremkaldelsen skete manuelt. Ved afhentning af fotografierne efter fremkaldelsen, for hvilken forbrugeren betalte et beskedent vederlag, konstaterede forbrugeren straks, at fotografierne var delvist ødelagt under fremkaldelsen.

Den erhvervsdrivende havde ved modtagelse af filmen til fremkaldelse udleveret en kundekvittering, hvorpå det var anført, at den erhvervsdrivendes ansvar ved eventuel skade på eller bortkomst af film var begrænset til filmens detailpris for en tilsvarende ueksponeret film.

Skaden kunne udbedres for cirka 12.000 kr.

Nævnet udtalte, at ansvarsbegrænsningen måtte forstås således, at den dækker såvel den erhvervsdrivendes erstatningsansvar som hans pligt til at afhjælpe eventuelle mangler ved tjenesteydelsen. Allerede af denne grund kunne nævnet ikke give forbrugeren medhold i et krav om afhjælpning af fejlen. Nævnet udtalte endvidere, at det, selv om der ikke var taget forbehold, ikke ville kunne pålægges den erhvervsdrivende at udbedre fejl på forbrugers fotografier, idet dette ville forvolde sælgeren uforholdsmæssig omkostning, når henses til at prisen for tjenesteydelsen var cirka 100 kr., jf. herved købelovens § 78, stk. 1, analogt. (1996-4025/7-2)

### **6.11.4. Aftale om ret til ombytning af briller med progressive glas til andre glas. Ikke medhold i krav om udbetaling af prisforskellen**

En forbruger købte et par briller med progressive glas til 4.700 kr. Den erhvervsdrivende havde ydet en 6 måneders tilvænningsgaranti på de progressive glas. Forbrugeren kunne imidlertid ikke bruge brillerne og henvendte sig til den erhvervsdrivende, som tilbød at bytte de progressive glas til bifokale glas. Det nye sæt



brilleglas, forbrugeren fik, var af mineralglas, men forbrugeren kunne ikke bruge de nye glas, hvorefter han fik udskiftet glassene med plastikglas. Forbrugeren mente, at der måtte være en prisdifference på halvdelen af det først erlagte beløb og krævede prisdifference udbetalt af den erhvervsdrivende. Da den erhvervsdrivende nægtede dette, klagede forbrugeren til Forbrugerklagenævnet.

Forbrugerklagenævnet fandt, at den erhvervsdrivende ved købet havde gjort forbrugeren opmærksom på mulige tilvænningsproblemer ved brug af progressive glas, hvilket fremgik af tilvænningsgarantien. Det fremgår af tilvænningsgarantien, at den erhvervsdrivende, såfremt en kunde ikke kan vænne sig til de progressive glas, er forpligtet til at udskifte til nye glas med samme synskorrektion. Det fremgår endvidere, at der skal betales en merpris til optikeren, hvis listepriisen for de glas, der ønskes udskiftet til, er højere. Forbrugeren har derimod ikke krav på at få udbetalt prisdifference, hvis listepriisen for de udskiftede glas er lavere.

Forbrugerklagenævnet bemærkede i den forbindelse, at leveringen af briller er en kombineret ydelse, hvor en væsentlig del af ydelsen er den tjenesteydelse, som består af udmåling og tilpasning af glassene. Ved brug af garantien får forbrugeren ombytningen af glassene udført gratis, og nævnet fandt derfor ikke tilvænningsgarantiens vilkår urimelige.

Nævnet kunne derfor ikke give forbrugeren medhold i kravet om udbetaling af en eventuel prisdifference.  
(1997-7242/7-55)

#### **6.11.5. Opsigelsesvilkår i abonnementsaftale om kontaktlinser ikke aftalt. Aftalen kunne opsiges med rimeligt varsel, i det foreliggende tilfælde 3 måneder**

I oktober 1991 indgik en forbruger en mundtlig aftale med en erhvervsdrivende om levering og regelmæssig udskiftning af kontaktlinser til forbrugers to børn mod betaling af 160 kr. pr. sæt pr. måned. Linserne blev udskiftet ca. hver 9. måned. Der blev ikke indgået nogen skriftlig aftale herom.

I oktober 1996 opsagde forbrugeren abonnementet. Den erhvervsdrivende sendte herefter klager et girokort på 3.840 kr., som ifølge optikeren skulle betales for levering af to gange 7 sæt kontaktlinser á 1.600 kr. til en værdi af i alt 22.400 kr. Forbrugeren havde betalt 18.560 kr. Forbrugeren afviste at betale beløbet.

Sælger anførte, at han havde leveret specialfremstillede kontaktlinser for 1.600 kr. pr. sæt mod normalprisen på 2.400 kr. Sælger var af den opfattelse, at der var tale om et "kontantkøb", der blev afdraget over 10 måneder, dvs. med 160 kr. om måneden pr. sæt. Der var ikke tale om et abonnement. Sælgeren fandt det urimeligt, at forbrugeren ophørte med de månedlige betalinger umiddelbart efter, at sælgeren havde leveret to nye sæt linser til en specialpris på 1.600 kr. pr. sæt.

Nævnet udtalte, at der efter det foreliggende var indgået en mundtlig aftale mellem parterne om løbende levering af kontaktlinser til forbrugers to børn. Sælgeren havde jævnlige udskiftet linserne (6 gange) i løbet

af de 7 år, aftalen havde løbet. Dette vedvarende kontraktsforhold kunne da opsigelsesvarsel ikke var aftalt efter dansk rets almindelige regler af begge parter opsiges med rimeligt varsel, i det foreliggende tilfælde 3 måneder. Forbrugeren skulle derfor i opsigelsesperioden erlægge den aftalte betaling eller to gange 3 måneder á 160 kr., i alt 960 kr., til sælger. (1996-7242/7-64)

#### **6.11.6. Vielsesringe nægtet solgt til den skiltede og aftalte pris. Aftalelovens § 32, stk. 1**

En forbruger havde set et par vielsesringe udstillet i den erhvervsdrivendes butiksvindue og fik ved henvendelsen oplyst, at prisen på ringene var 5.217 kr. inklusiv indgravering. Prisen blev noteret på bagsiden af den erhvervsdrivendes visitkort, og klageren vendte senere tilbage for at købe ringene. Ekspedienten i forretningen undersøgte, om prisen påskrevet visitkortet var den korrekte pris, hvilket blev bekræftet, hvorefter forbrugeren bestilte vielsesringene. Da forbrugeren kom for at hente ringene, ville den erhvervsdrivende ikke udlevere dem, medmindre forbrugeren betalte yderligere 1.000 kr., idet der ifølge den erhvervsdrivende var sket en misforståelse med hensyn til prisen, som var sat for lavt. Den vejledende udsalgspris for vielsesringene var ifølge den erhvervsdrivende 7.600 kr. Forbrugeren accepterede ikke prisforhøjelsen, men betalte ekstrabeløbet på 1.000 kr. under protest, idet ringene skulle anvendes ved det forestående bryllup. Den erhvervsdrivende anførte, at der ved en fejltagelse blev oplyst en for lav pris.

Forbrugerklagenævnet fandt, at den erhvervsdrivende uanset fejltagelsen var bundet af den indgåede aftale, medmindre det kunne godtgøres, at forbrugeren ved bestillingen indså eller burde have indset, at der forelå en fejltagelse, jf. aftalelovens § 32, stk. 1.

Efter nævnets opfattelse var der ikke godtgjort omstændigheder, som burde have fået forbrugeren til at indse, at der forelå en fejltagelse. Da nævnet heller ikke fandt reglen i aftalelovens § 39, 2. pkt. anvendelig, havde den erhvervsdrivende ikke været berettiget til efterfølgende at korrigere prisen som sket, men var bundet af den indgåede aftale og skulle levere forbrugeren vielsesringene til den aftalte pris. (1996-642/7-25)

### **6.12. Motorkøretøjer**

#### **6.12.1. Køb af brugt bil med tilknyttet forsikring. Køber kunne få godtgjort forsikringspræmien, da sælger ikke havde tegnet forsikring som lovet**

En forbruger købte en bil for 39.000 kr. Bilen blev ifølge slutsedlen solgt som en afhentningsbil, der blev overtaget af køberen, som den forefandtes, uden noget som helst ansvar for sælgeren. Efter ca. 1.000 km's kørsel brød motoren sammen. Forbrugerklagenævnets sagkyndige konstaterede, at motorhavariet skyldes smøreoliesvigt på grund af tilstoppelser i krumtappens smørekanaler. Sammenbruddet kunne have været undgået, hvis olien var blevet skiftet, før bilen blev taget i brug.

Nævnet udtalte, at køberen af en sådan bil efter nævnets opfattelse selv måtte påregne at skulle foretage, hvad der er nødvendigt for at gøre bilen klar til brug, herunder foretage motorolieskift.

Da bilen endvidere var solgt som afhentningsbil uden salgsklargøring og garanti af nogen art til en pris, der lå væsentlig under prisen for en tilsvarende bil i salgsklargjort stand, fandt nævnet det ikke godtgjort, at bilen havde været mangelfuld på leveringstidspunktet, og forbrugeren kunne derfor ikke få medhold i et krav om et forholdsmæssigt afslag i købesummen. (1996-521/7-282)

### **6.12.2. Køb af brugt bil med tilknyttet forsikring. Køber kunne få godtgjort forsikringspræmien, da sælger ikke havde tegnet forsikring som lovet**

En forbruger købte en bil for 39.000 kr. Bilen blev ifølge slutsedlen solgt som en afhentningsbil, der blev overtaget af køberen, som den forefandtes, uden noget som helst ansvar for sælgeren. Efter ca. 1.000 km's kørsel brød motoren sammen. Forbrugerklagenævnets sagkyndige konstaterede, at motorhavariet skyldes smøreoliesvigt på grund af tilstoppelser i krumtappens smørekanaler. Sammenbruddet kunne have været undgået, hvis olien var blevet skiftet, før bilen blev taget i brug.

Nævnet udtalte, at køberen af en sådan bil efter nævnets opfattelse selv måtte påregne at skulle foretage, hvad der er nødvendigt for at gøre bilen klar til brug, herunder foretage motorolieskift.

Da bilen endvidere var solgt som afhentningsbil uden salgsklargøring og garanti af nogen art til en pris, der lå væsentlig under prisen for en tilsvarende bil i salgsklargjort stand, fandt nævnet det ikke godtgjort, at bilen havde været mangelfuld på leveringstidspunktet, og forbrugeren kunne derfor ikke få medhold i et krav om et forholdsmæssigt afslag i købesummen. (1996-521/7-282)

### **6.12.3. Køb af bil på auktion. Da auktionshuset ikke ville oplyse, hvem der havde indsat bilen på auktion, måtte auktionshuset anses for at være sælger af bilen**

En forbruger købte på auktion en Honda Civic, årgang 1989 med et kilometertal på 96.809. Bilen var klassificeret som en A-bil: "I orden i motor, gearkasse og bag-/fortøj".

Forbrugeren meddelte 1 uge senere auktionshuset, at motoren var defekt. Auktionshuset afviste reklamationen. Trods gentagne henvendelser fra såvel klageren som FDM og Forbrugerstyrelsen nægtede auktionshuset at oplyse navnet på indsætteren.

Forbrugerklagenævnets sagkyndige konstaterede, at bilens motor var slidt i usædvanlig grad, hvilket den måtte antages at have været på leveringstidspunktet. Det var nødvendigt at udskifte eller hovedreparere motoren.

Nævnet fandt på den baggrund, at der ved køkets indgåelse var givet klageren urigtige og vildledende oplysninger om motorens stand, og at bilen derfor måtte anses for mangelfuld efter købelovens § 77 sammenholdt med § 76, stk. 1, nr. 1 og 2.

Nævnet udtalte, at auktionshuset, som havde formidlet salget af bilen og underskrevet købs- og afregningsbeviset, havde bevisbyrden for, at auktionshuset ikke havde handlet i eget navn, men som

fuldmægtig eller formidler for en anden. Da auktionshuset ikke havde løftet denne bevisbyrde, lagde nævnet til grund, at bilen var solgt af auktionshuset i eget navn eventuelt som led i et kommissionsforhold.

Da udbedringsomkostningerne androg ca. 22.000 kr., fandt nævnet, at forbrugeren var berettiget til at hæve handlen, jf. købelovens § 78, stk. 1. (1996-521/7-278)

#### **6.12.4. Køb af brugt bil. De faktiske motorspecifikationer svarede ikke til oplysningerne på sælgers salgsopslag**

En forbruger købte i maj 1997 en 7 år gammel Ford Sierra 2,0 CL, der ved leveringen havde kørt 117.000 km. Købesummen var 80.000 kr.

På salgsopslaget i sælgerens butik var anført, at bilen var udstyret med katalysator og ydede 120 hestekræfter.

En måned senere henvendte forbrugeren sig på sælgerens værksted og krævede udbedring af en række faktiske mangler konstateret ved en FDM-test. Værkføreren oplyste i den forbindelse, at bilen ikke havde katalysator, og at den kun ydede 105 hestekræfter.

Forbrugeren reklamerede til sælgeren og krævede et forholdsmæssigt afslag i købesummen. Sælgeren afviste forbrugeren krav under henvisning til, at forbrugeren i forbindelse med købsaftalens indgåelse var blevet gjort opmærksom på, at oplysningerne på salgsopslaget var fejlagtige.

Under sagens behandling oplyste Forbrugerklagenævnets sagkyndige, at brugtbilsværdien er ca. 4.000 kr. mindre, når bilen ikke er udstyret med katalysator og samtidig yder færre hestekræfter.

Da sælgeren ikke havde sørget for at indføre oplysninger om de rette motorspecifikationer i købsaftalen, fandt nævnet ikke, at sælgeren havde løftet sin bevisbyrde for at have berigtiget de fejlagtige oplysninger på salgsopslaget forinden købsaftalens indgåelse. På denne baggrund fandt nævnet, at bilen var mangelfuld efter købelovens § 76, stk. 1, nr. 1 og 2, da den ikke havde de egenskaber, som fremgik af salgsopslaget.

Under henvisning til den sagkyndiges oplysninger om motorspecifikationernes betydning for bilens værdi, fandtes forbrugeren efter købelovens § 78, stk. 1, berettiget til et forholdsmæssigt afslag i købesummen på 4.000 kr. (1997-521/7-401)

#### **6.12.5. Sælger havde handlet i strid med almindelig hæderlighed ved ikke at give køber oplysning om, at bilens vanger var tæret op. Købelovens § 83**

En forbruger købte den 25. juni 1995 en varebil til en pris af 29.800 kr. Bilen skulle fremstilles til syn senest den 24. juni 1996, og i forbindelse med klargøring til syn blev forbrugeren opmærksom på, at vangerne var totalt tæret op. Forbrugeren reklamerede mundtligt til sælgeren den 24. juni 1996. Sælgeren afviste forbrugeren krav, og sagen blev indbragt for Forbrugerklagenævnet.

Bilen blev undersøgt af Forbrugerklagenævnets sagkyndige, der udtalte, at der kunne konstateres meget kraftige gennemtæringer i begge længdevanger. Gennemtæringerne måtte allerede på leveringstidspunktet have været så fremtrædende, at sælger ikke kunne have været i tvivl om vangerens generelt dårlige stand. Udbedring af den konstaterede fejl androg minimum 27.000 kr.

Efter modtagelse af erklæringen fra den sagkyndige gjorde sælgeren gældende, at der ikke var reklameret inden for købelovens 1-årsfrist, jf. herved købelovens § 83. Sælgeren ville derimod ikke afvise, at forbrugeren havde rettet henvendelse i slutningen af juni.

Nævnet fandt, at bilen på leveringstidspunktet havde været mangelfuld, jf. købelovens § 77. På baggrund af den sagkyndiges udtalelse om vangerens udseende på leveringstidspunktet fandt nævnet tillige, at bilen var mangelfuld efter købelovens § 77, stk. 1, 1. punkt, jf. § 76, stk. 1, nr. 3.

Under hensyn til at bilen skulle fremstilles til syn den 24. juni 1996, samt til at sælgeren ikke afviste, at forbrugeren havde rettet henvendelse i slutningen af juni, samt det forhold at sælgeren, der under hele sagens behandling havde været bistået af advokat, først efter modtagelse af den sagkyndiges erklæring gjorde gældende, at der var reklameret for sent, fandt nævnet det tilstrækkeligt godtgjort, at forbrugeren havde reklameret inden udløbet af købelovens 1-årsfrist.

Da sælgeren på købstidspunktet ikke kunne have været i tvivl om vangerens generelt dårlige stand, udtalte nævnet, at sælgeren havde handlet i strid med almindelig hæderlighed, og nævnet ville derfor være kommet til samme resultat, selvom forbrugeren ikke havde nået at reklamere inden 1-årsfristens udløb. Handlen blev herefter ophævet. (1996-521/7-204)

#### **6.12.6. Garanti brugt til at vildlede forbrugeren om hendes rettigheder efter købeloven. Bevismæssig skadevirkning for sælger, at den udskiftede motor var bortskaffet. Veksel**

En forbruger købte en brugt Mazda 626 2,0D for 45.000 kr. Bilen havde kørt 294.000 km, men var forsynet med en ombytningsmotor, der kun havde kørt 63.000 km. Den var købt som beset, men med 3 måneders 50 % garanti på motor og gearkasse.

7 dage efter leveringen reklamerede forbrugeren over olie i køleren. Reklamationen blev flere gange gentaget, og sælgeren forsøgte flere gange at afhjælpe ved at rense køleren.

2 måneder efter leveringen oplyste sælgeren, at det var nødvendigt at ilægge en ny motor, da der var en revne i motorblokken. Sælgeren forlangte under henvisning til garantibestemmelsen 50 % af reparationsudgifterne. Forbrugeren protesterede, men accepterede at betale 5.000 kr. Det viste sig imidlertid, da bilen skulle hentes, at forbrugeren skulle betale 8.000 kr. for reparationen. Der blev indgået en afdragsaftale, og forbrugeren skrev under på en veksel. Forbrugeren anmodede sælgeren om at få udleveret den defekte motor.

Nævnet lagde til grund, at fejlen eller dens årsag havde været til stede på leveringstidspunktet. Nævnet lagde herved vægt på, at forbrugeren reklamerede kort tid efter leveringen. Nævnet bemærkede i den forbindelse, at det ikke skulle komme forbrugeren til skade, at det ikke gennem en sagkyndig undersøgelse kunne klarlægges, om fejlen havde været til stede på leveringstidspunktet, idet sælgeren, skønt han vidste, at der var tvist om, hvorvidt fejlen havde været til stede på leveringstidspunktet, tilbagesendte motoren til leverandøren af den nye motor. Nævnet fandt under hensyn til købesummen og oplysningerne om ombytningsmotorens kilometertal, at bilen havde været mangelfuld efter købelovens § 77.

Nævnet fandt, at forbrugeren havde haft krav på at få udført motorreparationen vederlagsfrit, jf. herved købelovens § 78, stk. 1, som ikke kan fraviges til skade for køberen, jf. købelovens § 1, stk. 2.

Nævnet udtalte endvidere, at sælgeren ved at påberåbe sig slutsedlens vilkår om 3 måneders garanti havde vildledt forbrugeren med hensyn til hendes rettigheder efter købeloven. Det kunne derfor ikke tillægges betydning, at forbrugeren havde accepteret at betale for udskiftningen. Forbrugeren blev derfor fritaget for at betale det krævede vederlag.

Nævnet bemærkede endeligt, at det efter kreditaftalelovens § 31 jf. § 56 er strafbart for kreditgiveren i forbindelse med en kreditaftale at modtage en veksel, der forpligter forbrugeren. (1996-521/7-225)

#### **6.12.7. Reklamationsaftale vedr. brugt bil kan ikke fratage forbrugeren de rettigheder, der tilkommer hende efter købelovens præceptive forbrugerbeskyttelsesregler. Sælgeren havde i strid med markedsføringslovens § 2 vildledt forbrugeren om hendes retsstilling**

En forbruger købte en godt 9 år gammel Mazda 626, der ved leveringen havde kørt 224.000 km. Prisen var 64.900 kr. Til slutsedlen var knyttet en reklamationsaftale, hvoraf bl.a. fremgik, at sælgerens forpligtelser i henhold til reklamationsaftalen var begrænset til gratis ombytning eller istandsættelse af motordele, som viste sig at være defekte inden for hhv. 3 mdr. fra leveringen eller 5.000 km kørsel. Reklamationsaftalen omfattede ikke fejl og mangler, der måtte opstå som følge af en forkert behandling af vognen, almindelig slitage, misbrug samt eldele og gummi. Ved bilens levering reklamerede klageren mundtligt over, at udstødningen bankede, at kontakten til instrumentbelysningen var defekt, at bilen trak til venstre, og at der var bankelyde ved kileremmen mv. Reklamationen blev senere gentaget skriftligt. Indklagede afslog delvis reklamationen, idet man kun ville ordne en del af det mod betaling af en faktura på 1.597 kr. Under sagens behandling ved Forbrugerklagenævnet blev bilen undersøgt af en sagkyndig, som konstaterede en række fejl, som måtte antages at have været til stede på købstidspunktet, og som lå ud over det forventelige.

Forbrugerklagenævnet lagde på denne baggrund til grund, at den debiterede faktura vedrørte mangler i købelovens forstand. Klageren havde derfor krav på vederlagsfri reparation, jf. købelovens § 78, stk. 1. Dette gjaldt uanset indholdet af den indgåede reklamationsaftale, da det følger af købelovens § 1, stk. 2, at § 78 ikke

kan fraviges til skade for køberen i forbruger køb. Den indgåede reklamationsaftale gav således klageren et vildledende indtryk af dennes retsstilling, hvilket var i strid med markedsføringslovens § 2.

Nævnet fandt herefter, at klageren burde friholdes for betaling af det debiterede fakturabeløb. På baggrund af de konstaterede mangler fandt nævnet endvidere, at klageren i medfør af købelovens § 78, stk. 1, var berettiget til et forholdsmæssigt afslag i købesummen, som i lyset af de af den sagkyndige anslåede reparationsomkostninger blev fastsat til 5.000 kr. (1996-521/7-89)

#### **6.12.8. Et vilkår i en standardkontrakt, hvorefter en forbruger ved misligholdelse skulle betale 10 % af købesummen til sælgeren, kunne ikke anses for vedtaget af parterne**

En forbruger indgik aftale om køb af en motorcykel til en pris af 71.418 kr. incl. leveringsomkostninger. 17 dage senere, inden motorcyklen var leveret, ophævede forbrugeren handlen.

Den erhvervsdrivende krævede, at forbrugeren betalte kr. 8.566, 80, idet det i slutsedlen var anført, at sælger ved ophævelse af handlen kunne beregne sig 10 %, dog minimum kr. 3.000 + levering. Vilkåret stod nederst på slutsedlen med små bogstaver blandt en del andre vilkår.

Forbrugeren nægtede at betale det krævede beløb og opfordrede sælger til at dokumentere, hvilket tab han havde lidt ved den uberettigede ophævelse af handlen.

Nævnet udtalte, at vilkåret efter nævnets opfattelse var usædvanligt, ligesom det stillede forbrugeren væsentligt ringere, end han er stillet efter almindelige retsgrundsætninger. Da vilkåret samtidig ikke var særligt fremhævet, fandt nævnet ikke, at vilkåret var vedtaget af parterne.

Selv om nævnet herefter ikke havde anledning til at tage stilling til, hvorvidt vilkåret ville kunne tilsidesættes i medfør af aftalelovens § 38c, jf. § 36, fandt nævnet alligevel anledning til at henvise til den vejledende liste til direktiv 93/13/EØF om urimelige kontraktvilkår, hvor der i punkt 1 litra E, bl.a. er nævnt et vilkår, hvis formål eller virkning er at pålægge en forbruger, som ikke opfylder sine forpligtelser, en uforholdsmæssig stor godtgørelse.

Nævnet udtalte endvidere, at da forbrugeren uberettiget havde annulleret købet, følger det af købelovens § 30, at sælgeren kan kræve erstatning i det omfang, han kan godtgøre at have lidt et erstatningsberettiget tab. Da sælgeren trods utallige opfordringer hertil kun havde fremlagt dokumentation for en udgift på 500 kr. til motorkontoret, blev den erhvervsdrivendes krav mod forbrugeren nedsat til 500 kr. (1997-522/7-32)

#### **6.12.9. Salgsannoncens oplysning om, at en motorcykel var nyrepareret, kunne ikke anses for rettet ved, at sælger i slutsedlen skrev: "Defekt, uden garanti". Købelovens § 77. Væsentlig ringere stand**

En forbruger henvendte sig til en erhvervsdrivende på baggrund af en annonce, hvoraf det fremgik, at den erhvervsdrivende solgte en nyrepareret motorcykel til en pris af 31.420 kr. Forbrugeren besluttede sig for at købe motorcyklen, og det blev i slutsedlen anført, at motorcyklen var "defekt, uden garanti". Forbrugeren havde ikke bemærket, at dette blev anført i slutsedlen.

Forbrugeren registrerede efter ganske få kilometers kørsel, at motoren var defekt. Han reklamerede straks til sælgeren, der afviste reklamationen, idet han oplyste, at motorcyklen ifølge slutsedlen var solgt som defekt uden garanti, ligesom en faktura vedrørende en 2 år gammel reparation var påklippet motorcyklen. Forbrugeren bestred, at han på leveringstidspunktet havde været bekendt med denne oplysning.

Forbrugerklagenævnets sagkyndige undersøgte nu motorcyklen og oplyste, at motorcyclens motor på leveringstidspunktet havde været behæftet med en række ikke forventelige fejl, som det skønsmæssigt ville koste omkring 25.000 kr. at udbedre. Den sagkyndige oplyste endvidere, at motorcyklen ikke fremstod som nyrepareret.

Nævnet fandt, at vilkåret, som var anført i slutsedlen, havde karakter af et generelt forbehold vedrørende salgsgenstandens egenskaber, som ikke i sig selv kunne anses for en berigtigelse af den i annoncen meddelte oplysning om, at motorcyklen var nyrepareret, jf. herved købelovens § 76, stk. 2. Nævnet fandt endvidere ikke, at der ved påklipping af faktura vedrørende den tidligere reparation var sket en berigtigelse af annoncens oplysning.

Da motorcyklen efter nævnets opfattelse led af en væsentlig mangel, fandt nævnet, at forbrugeren efter købelovens § 77 jf. § 78, stk. 1 var berettiget til at hæve handlen. (1996-522/7-21)

#### **6.12.10. Ny scooter levede ikke op til brochurens løfter. Købet hævet. Sagen genoptaget. Den erhvervsdrivende pålagt at betale omkostningerne til en fornyet sagkyndig undersøgelse**

En forbruger købte en ny scooter, om hvilken det i en brochure oplystes, at dens tophastighed var 100 km/t, og at den kørte 35 km pr. liter benzin.

Allerede kort efter leveringen reklamerede forbrugeren til sælgeren over, at scooteren højst kunne køre 85 km/t, og at den brugte langt mere benzin end oplyst i brochuren. Reklamationen blev afvist med, at scooteren først skulle køres til. Forbrugeren fastholdt gennem de følgende måneder sin reklamation. Sælgeren og importøren havde scooteren inde til kontrol et par gange og forsøgte forgæves at forbedre dens køreegenskaber. Da intet hjalp, indgav forbrugeren klage til Forbrugerklagenævnet.

En sagkyndig undersøgelse viste en tophastighed på 80-85 km/t og et benzinförbrug på 17,4 km. pr. liter ved tophastighed og 24,7 km pr. liter ved 60 km/t.



Nævnet lagde til grund, at brochurens oplysninger om scooterens tophastighed og benzinøkonomi ikke var blevet korrigeret i forbindelse med købeaftalens indgåelse. Efter nævnets opfattelse var uoverensstemmelserne mellem brochurens oplysninger og scooterens faktiske køreegenskaber så væsentlige, at de berettigede klageren til at hæve købet, jf. købelovens § 78, stk. 1, jf. § 76, stk. 1, nr. 1 og nr. 2.

Klageren havde i sin ejertid tilbagelagt godt 5.000 km på scooteren. Der foretoges derfor et skønsmæssigt fastsat fradrag på 1.500 kr. i hans tilbagebetalingskrav. Desuden skulle sælgeren refundere ham klagegebyret på 480 kr.

Da klageren i overensstemmelse med nævnets afgørelse kom for at tilbagelevere scooteren til sælgeren og modtage købesummen retur, udfærdigede sælgeren en liste over skader på scooteren, der skulle udbedres for et beløb på ca. 4.500 kr., før den resterende købesum kunne udbetales.

Nævnensformanden meddelte herefter parterne, at sagen ville blive genoptaget, idet indklagedes anbringende om, at der var sket en beskadigelse af scooteren, måtte anses for en sådan ny oplysning, som i medfør af § 11 i bekendtgørelse om forretningsorden for Forbrugerklagenævnet kunne begrunde en genoptagelse. I brevet henledte nævnensformanden parternes opmærksomhed på § 9, stk. 3, i lov om Forbrugerklagenævnet, hvorefter nævnet kan bestemme, at den tabende part helt eller delvist skal afholde udgifterne ved indhentelse af sagkyndig erklæring. Indhentelse af fornyet sagkyndig erklæring i den foreliggende sag blev anslået til at ville koste 3.400 kr. inkl. moms. Nævnensformanden meddelte, at hvis den rejste indsigelse viste sig at være grundløs, eller det viste sig, at der var sket skade på scooteren efter den tidligere besigtigelse, som ikke var blevet oplyst over for nævnet, måtte det forventes, at Forbrugerklagenævnet ville pålægge den af parterne, som tabte genoptagelsessagen, at betale udgifterne ved indhentelse af en fornyet sagkyndig erklæring i sagen.

Der blev herefter foretaget en ny besigtigelse af scooteren, og den sagkyndige konkluderede i sin erklæring, at de skader, indklagede havde påpeget, var uden betydning for køretøjets brugsværdi, og at scooteren stadig fremtrådte som særdeles velholdt og på ingen måde ringere end forventeligt for et 11/2 år gammelt køretøj.

Det var herefter Forbrugerklagenævnets vurdering, at scooteren kunne tilbagegives i væsentlig samme stand, hvori den var ved leveringen, jf. herved købelovens § 57. Nævnet fandt derfor ikke anledning til at ændre den tidligere truffe afgørelse. Samtidig bemærkede nævnet, at det efter købelovens § 58 ikke afskærer køberens hævebeføjelse, at det solgte ikke kan tilbagegives i væsentlig samme stand, hvis dette skyldes omstændigheder, som ikke kan bebrejdes køberen. Risikoen for en værdiforringelse som følge heraf påhviler således sælgeren, hvis salgsgenstanden er behæftet med hævebegrundende mangler.

Om udgifterne til indhentelse af en fornyet sagkyndig erklæring bemærkede nævnet, at sælgerens indsigelser vedrørte bagatelagtige skader, som var til stede allerede under den sagkyndiges første besigtigelse af scooteren, hvor sælgerens repræsentant var til stede og kunne have påpeget skaderne, såfremt han fandt dem

væsentlige. Sælgerens indsigelser var samtidig grundløse, idet de ikke gav anledning til, at den sagkyndige ændrede sin vurdering. Under disse omstændigheder fandt nævnet, at sælgeren burde refundere Forbrugerstyrelsen honoraret på 3.049,30 kr. for den sagkyndiges seneste erklæring, jf. lov om Forbrugerklagenævnet § 9, stk. 3. (1996-522/7-31)

#### **6.12.11. Køb af brugt bil. Fejlagtig angivelse af bilens årgang. Medhold i krav om forholdsmæssigt afslag**

En forbruger købte i januar 1996 en brugt Mitsubishi varevogn, som var registreret første gang d. 1. juni 1989. Bilen kostede 28.000 kr., og havde ved leveringen kørt 131.700 km.

Køberen havde rettet henvendelse til sælgeren på baggrund af en annonce, hvor bilen var udbudt til salg som en "Mitsubishi dieselmotorkassevogn, 1989 ..."

Den 3. april 1996 afsendte klageren en skriftlig reklamation over, at han på baggrund af oplysninger fra den autoriserede Mitsubishi-forhandler havde konstateret, at den købte bil var produceret i 1986 uagtet bilen var registreret første gang d. 1. juni 1989.

Klageren følte sig bl.a. på baggrund heraf misinformeret og foreslog, at han fik udbetalt et beløb svarende til prisdifferencen mellem en 86 og 89 model. Sælgeren afslog reklamationen idet han oplyste, at han godt vidste, at der var tale om en bil der var ældre end 1989, men han betragtede indregistreringsdatoen som årgangen.

Efterfølgende reklamerede køberen over at motoren var brudt sammen, og krævede ved sagens indbringelse for Forbrugerklagenævnet købet hævet, subsidiært forholdsmæssigt afslag i prisen. Indklagede afviste klagerens krav.

Efter en undersøgelse af bilen oplyste Forbrugerklagenævnets sagkyndige, at årsagen til den af klageren påberåbte motorfejl må antages at have været tilstede på købstidspunktet.

Den sagkyndige oplyste endvidere, at køretøjet var produceret i september 1986 og var at betragte som 1987-model.

Forbrugerklagenævnet bemærkede, at det forhold, at bilen var indregistreret første gang i 1989 ikke berettigede til at betegne bilen som en årgang 89, og at den sagkyndiges oplysninger om, at bilen var at anse som en 87-model påvirkede prisen i ikke uvæsentlig grad. På denne baggrund samt under hensyn til, at annoncens oplysning om årgangen ikke var blevet rettet senest ved køkets indgåelse fandt nævnet, at der forelå en mangel ved bilen, jf. købelovens § 76, stk. 1, nr. 2.

Nævnet bemærkede endvidere, at da bilen ifølge annoncen var solgt som et afhentningstilbud som ifølge slutsedlen var et "Engrossalg uden reklamationsret" kunne motorens sammenbrud ikke anses for en mangel ved bilen, jf. købelovens § 77.

Forbrugerklagenævnet fandt at klageren, som følge af de urigtige oplysninger vedrørende bilens årgang var berettiget til et forholdsmæssigt afslag i købesummen, jf. købelovens § 78, stk. 1. Afslaget blev skønsmæssigt fastsat til 6.000 kr. svarende til, at den sagkyndige havde anslået, at prisen for 87-modellen skønsmæssigt ville have været 6.000 kr. lavere end den faktiske købspris. Nævnet fandt endvidere, at indklagede burde godtgøre klageren gebyret på 480 kr. for sagens behandling ved Forbrugerklagenævnet. (1996-521/7-162)

## **6.13. Transport og flytning**

### **6.13.1. Fritagelse for betaling af kontrolafgift i lokaltog med regelmæssig kontrol**

En forbruger skulle med en lokalbane, som afgik fra en betjent kombineret S-tog- og regionaltogstation. Forbrugeren ankom i sidste øjeblik og nåede derfor ikke at klippe sit kort på perronen. Forbrugeren oplyste, at hun var i besiddelse af et klippekort, men at hun havde sat sine tasker fra sig på sædet for derefter at klippe sit kort i togets midtersektion. Da forbrugeren var på vej fra sit sæde til klippeautomaten, blev hun antruffet af togbetjenten, som udstedte kontrolafgift på 500 kr. for at køre uden gyldig billet. Kontrolafgiften blev udstedt 4 minutter efter togets planmæssige afgang fra perronen. Forbrugeren klagede over kontrolafgiften, da hun mente sig berettiget til at klippe i toget eller i det mindste at købe en billet i toget.

På perronen var opsat skilte med advarsel om, at det koster 500 kr. i kontrolafgift at køre uden billet. Der var mulighed for at stemple sit togkort såvel på perronen som i selve toget. Det blev under sagen oplyst, at togene er tomandsbetjente, og at det hører med til togpersonalets opgaver at kontrollere, at de rejsende har gyldig rejsehjemmel. Herudover blev det oplyst, at personalet i et vist omfang foretager billetsalg til publikum.

Forbrugerklagenævnet lagde til grund, at den togfører/togbetjent, der er til stede i toget, foretager regelmæssig billetkontrol i toget.

Under henvisning til, at forbrugeren var i besiddelse af et klippekort, at hun var bekendt med, at det var muligt at klippe kortet i toget, at hun måtte påregne at blive kontrolleret i toget, samt under henvisning til den korte tid, der gik fra togets afgang fra perronen, til kontrolafgiften blev udstedt, fandt nævnet ikke, at befordreren havde godtgjort, at forbrugeren havde haft til hensigt at unddrage sig betaling.

På den baggrund fandt nævnet ikke, at det havde været berettiget at udstede kontrolafgiften, og forbrugeren fik de betalte 500 kr. tilbage. (1996-511/7-7)

### **6.13.2. En sag kunne ikke overgives til inkasso, når sagen allerede verserede ved Forbrugerklagenævnet. Flyttemanden kunne endvidere ikke fordoble prisen i forhold til et prisoverslag**

En forbruger bestilte flytning af et flyttelæs på ca. 20 kubikmeter samt enkelte kasser fra en kælder.

Flyttefirmaet gav telefonisk et prisoverslag på 2.500 - 2.700 kr. ekskl. moms.

Da flytningen var tilendebragt, krævede flyttefirmaet imidlertid 5.062,50 kr. inkl. moms betalt, idet firmaet skønnede, at flyttelæsset havde været på mindst 30 kubikmeter.

Forbrugeren krævede reduktion i prisen for flytningen på 1.012,50 kr. og undlod at betale dette beløb. Herefter indbragte forbrugeren sagen for Forbrugerklagenævnet.

Flyttefirmaet blev den 11. august 1997 informeret om, at sagen verserede for Forbrugerklagenævnet. Den 14. august 1997 overgav flyttemanden sagen til inkasso. I inkassoskrivelsen krævedes blandt andet takstmæssige inkassoomkostninger, disse betalte forbrugeren under protest.

Forbrugerklagenævnet fandt, at flyttefirmaet allerede inden flytningen indså, at flyttegodsets omfang var større end forbrugeren telefonisk havde oplyst. Flyttefirmaet måtte derfor gå ud fra, at prisen ville blive væsentligt højere end den overslagspris, der var oplyst over for forbrugeren. Denne prisforøgelse burde flyttefirmaet have informeret forbrugeren om, inden flytningen blev iværksat.

Efter almindelige retsgrundsætninger ville et fakturakrav ikke kunne tilsidesættes, selvom der forelå en vis overskridelse af overslagsprisen. Konkret afveg fakturabeløbet imidlertid væsentligt fra overslagsprisen, hvorfor forbrugeren havde krav på en prisreduktion på 1.012,50 kr.

Endvidere fandt nævnet, at den grundsætning, der har fundet udtryk i Forbrugerklagenævnslovens § 8, stk. 1 om at stævning ikke kan udtages, når en sag er indbragt for Forbrugerklagenævnet tillige bevirker, at en sag heller ikke kan overgives til inkasso, når sagen allerede verserer for nævnet. Flyttefirmaet var derfor ikke berettiget til at overgive sagen til inkasso og tilpligtedes derfor at tilbagebetale de indbetalte inkassoomkostninger til forbrugeren. (1997-512/7-171)

### **6.13.3. Den erhvervsdrivende havde bevisbyrden for, at en tilbudspris ikke indeholdt moms**

En forbruger bestilte en flytning, og det blev telefonisk oplyst, at flytningen ville koste 10.000 kr. Da flytningen var tilendebragt, modtog forbrugeren en regning på 10.000 kr. + moms, i alt 12.500 kr.

Forbrugeren betalte beløbet, men protesterede kort efter, idet hun var af den bestemte opfattelse, at regningsbeløbet skulle være 10.000 kr. inkl. moms.

Den erhvervsdrivende oplyste, at han gentagne gange havde gjort forbrugeren opmærksom på, at tilbudsprisen var ekskl. moms og henviste i øvrigt til, at såvel mundtlige som skriftlige tilbud altid blev afgivet uden moms. Den erhvervsdrivende havde derudover ikke bevis for sin påstand.

Forbrugerklagenævnet fandt, at den erhvervsdrivende har bevisbyrden for, at forbrugeren på tilstrækkelig vis er blevet oplyst om, at prisen er ekskl. moms, og da den erhvervsdrivende ikke havde løftet denne bevisbyrde, var forbrugeren berettiget til at få tilbagebetalt momsbeløbet på 2.500 kr. Nævnet henviste i øvrigt til principperne i momslovens § 52, stk. 5, hvorefter det ved prisangivelser for varer og ydelser tydeligt skal tilkendes, hvis prisen ikke indbefatter moms. (1997-512/7-155)

#### **6.13.4. Flytning med DSB Gods. Ansvarsbegrænsning lovlig, selv om den ikke var aftalt**

En forbruger flyttede fra Jylland til Bornholm og indleverede i den forbindelse sit flyttegodt til DSB. Det blev aftalt, at flyttegodtset 4 dage senere skulle leveres på Bornholm, og fragtprisen udgjorde 760,- kr. incl. moms. Da forbrugeren modtog flyttegodtset, manglede der 4 flyttekasser, og forbrugeren reklamerede straks. Forbrugeren opgjorde sit krav til ca. 15.000,- kr.

DSB erkendte, at flyttegodtset var bortkommet i DSB's varetægt og tilbød en erstatning i henhold til DSB's forretningsbetingelser for godstransport, hvorefter erstatning ydes med 135,- kr. pr. bortkommet kilo, og da vægten af det bortkomne gods skønnedes til 40 kg, blev forbrugeren tilbudt en erstatning på 5.400,- kr.

Det var ubestridt, at forbrugeren ikke var bekendt med DSB's forretningsbetingelser, og ansvarsbegrænsninger, men på trods af dette fik forbrugeren ikke medhold i sit krav om en højere erstatning, end tilbudt af DSB.

Efter § 3 i lov om DSB (lovbekendtgørelse nr. 285 af 2. maj 1995) fastsætter DSB nærmere regler for befording efter loven i befodringsreglementer og tariffer. Udgivelsen af befodringsreglementer mv. bekendtgøres i Statstidende og skal kunne købes på DSB's stationer. I medfør af DSB-lovens § 33 fastsættes erstatning for tab af gods som udgangspunkt efter markedsprisen. Erstatningen kan dog ikke overstige det beløb, der er fastsat i befodringsreglementet. Ifølge det aktuelle befodringsreglement udgør den maksimale erstatning 135,- kr. pr. kilo beskadiget eller manglende bruttovægt + fragt og andre omkostninger i forbindelse med transporten. Denne maksimalerstatning er en følge af Danmarks tiltrædelse af Den Internationale Jernbanekonvention, og var oprindeligt fastsat i selve DSB-loven men blev ved ændringen af loven i 1984 overført til Befodringsreglementet således, at man kunne foretage en løbende, administrativ ajourføring af maksimalerstatningerne til samme niveau som i international trafik, og ikke måtte foretage en lovændring hver gang, maksimalerstatningsbeløbet blev ændret.

Under disse omstændigheder fandt nævnet, at DSB var berettiget til at udbetale erstatning med 135,- kr. pr. bortkommet kilo eller i alt 5.400,- kr. samt en forholdsmæssig andel af fragttudgiften på 174,- kr., således at den samlede erstatning udgjorde 5.574,- kr.

Nævnet fandt dog anledning til at bemærke, at DSB efter nævnets opfattelse burde overveje at indformere kunderne om bestemmelser om maksimalerstatninger ved gengivelse af sådanne bestemmelser på fragtsbrevsformularerne eller ved henvisning til de på transporttidspunktet gældende, relevante bestemmelser. (1996-512/7-90)

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

Ingen sager.

#### **6.15. Aviser, ugeblade, tidsskrifter, bøger**

Ingen sager.

#### **6.16 Øvrige sager**

##### **6.16.1. Opbevaring af jakke i garderobe. Erstatning ved bortkomst**

Ved et cafébesøg betalte en forbruger 10 kr. for at få sit overtøj opbevaret i caféens garderobe. Forbrugeren fik udleveret et garderobebevis, og da han kom for at hente overtøjet den efterfølgende dag, var den erhvervsdrivende ikke længere i besiddelse af jakken og nægtede at betale erstatning for jakken samt en mobiltelefon og en pung, der lå i jakkens lommer.

Forbrugerklagenævnet udtalte, at forbrugeren forklaring om, at han ikke havde fået sin jakke udleveret, blev bestyrket af, at han fortsat var i besiddelse af garderobemærket.

Forbrugerklagenævnet fandt herefter, at det påhvilede den erhvervsdrivende at godtgøre, at jakken uanset dette var blevet udleveret til forbrugeren, eller at jakken var bortkommet under omstændigheder, som ikke kunne bebrejdes den erhvervsdrivende eller den erhvervsdrivendes personale.

Da den erhvervsdrivende ikke havde løftet denne bevisbyrde, var den erhvervsdrivende erstatningsansvarlig over for forbrugeren for jakken, hvis værdi på baggrund af oplysninger om alder og nypris skønsmæssig blev fastsat til 2.500 kr.

Nævnet fandt imidlertid ikke, at den erhvervsdrivende var erstatningsansvarlig for de effekter, som ifølge forbrugeren oplysninger befandt sig i jakkens lommer. Da det ikke var godtgjort, at forbrugeren ved jakkens indlevering gjorde opmærksom på, at de omhandlede effekter befandt sig i jakkens lommer, kunne den erhvervsdrivende ikke antages at have påtaget sig ansvaret for også at opbevare disse effekter. (1997-7172/7-12)

##### **6.16.2. Rulamsjakke bortkommet efter indlevering i en garderobe. Fuld erstatning selvom jakken senere blev fremskaffet, idet den var i væsentligt ringere stand**

I forbindelse med et diskoteksbesøg indleverede klageren sin rulamsjakke i garderoben og fik samtidig udleveret et plastikgarderobemærke. Det kostede 40 kr. at komme ind på diskoteket, men der blev ikke krævet særskilt betaling for garderobe. Da klageren senere ville afhente jakken, var den uden forevisning af garderobemærke udleveret til en anden.

Indklagede anførte, at jakken var udleveret til en person, der meldte sin pung stjålet og beskrev jakken som sin. Endvidere henviste indklagede til, at indlevering til garderoben var på eget ansvar.

Forholdet blev meldt til politiet, der ca. et halvt år senere fremskaffede jakken. Klageren ønskede imidlertid ikke at modtage jakken, idet den fremtrådte ridset og slidt. Jakken var kun 3 måneder gammel, da klageren mistede den.

Nævnet lagde til grund, at rulamsjakken var blevet udleveret uden fremvisning af garderobemærke, og uden at indklagede i øvrigt havde sikret sig bevis for, at jakken blev udleveret til dens retmæssige ejer. Indklagede fandtes derfor at være erstatningsansvarlig for, at jakken var udleveret til en forkert person.

Under hensyn til, at jakken først var fremskaffet efter knapt et halvt år samt til, at den bar tydelig præg af at være brugt i denne periode, havde klageren krav på fuld erstatning for jakken. (1996-634/7-35)

### **6.16.3. Manglende reklamation på stedet førte til bortfald af indsigelser**

En forbruger med familie og et barn havde bestilt 2 dobbeltværelser med en opredning på en kro i 3 dage.

Da forbrugeren ankom til kroen, var der ingen værelser, og man blev i stedet tilbudt en lejlighed, hvor der skulle være masser af plads til alle 5 personer. Inden udleveringen af nøglen betalte forbrugeren 4.180 kr. svarende til 3 dages ophold.

Forbrugeren var meget utilfreds med opholdet, idet standarden i den pågældende lejlighed var meget ringe, ligesom toiletforholdene, restaurationsforholdene samt de udendørs aktiviteter ifølge forbrugeren var meget mangelfulde.

Efter de 3 dages ophold rejste forbrugeren fra stedet uden at reklamere over den mangelfulde ydelse over for kroværten. Forbrugeren klagede derimod til Forbrugerklagenævnet ganske kort tid efter hjemkomsten.

Forbrugerklagenævnet udtalte, at det følger af dansk rets almindelige regler, at en erhvervsdrivende, som har præsteret en tjenesteydelse, og som modtager en klage over ydelsen, som alt overvejende hovedregel har ret til at tilbyde afhjælpning. Tilbydes en afhjælpning, afskæres kunden herefter fra at hæve aftalen eller kræve prisafslag.

Da forbrugeren ved ankomsten accepterede at blive anvist en lejlighed som erstatning for de bestilte værelser, og undlod at reklamere over forholdene på stedet, således at kroejeren ikke fik lejlighed til at rette for sig, havde forbrugeren fortabt sin ret til at hæve eller kræve prisafslag. (1996-513/7-8)

#### **6.16.4. Udlejer var ikke berettiget til at rejse krav mod forbrugeren som følge af dennes opsigelse af en aftale om leje af et selskabslokale**

En forbruger indgik aftale om leje af selskabslokaler til ca. 60 personer og betalte i depositum 1.000 kr.

Af lejekontrakten fremgik det, at lejer var pligtig til at erstatte eventuelle ødelæggelser af lokale og inventar. Til lejekontrakten blev endvidere udleveret priser på de enkelte ydelser.

Godt 2 måneder før festens afholdelse sendte lejer en skriftlig opsigelse og bad ved samme lejlighed om at få refunderet det indbetalte depositum.

Udlejer anførte, at ved en opsigelse ca. 2 måneder før den aftalte dato var lejekontrakten misligholdt, idet han ikke kunne nå at leje ud til anden side. På tidspunktet for opsigelsen havde udlejer måtte afvise to andre potentielle lejere og havde derved mistet en forventet fortjeneste på ca. 3.000 kr. Det indbetalte depositum skulle gå til delvis dækning af den mistede fortjeneste. Det var i øvrigt ikke muligt at udleje et lokale mindre end 3 måneder før den fastsatte dato.

Nævnet udtalte, at idet den konkrete lejekontrakt ikke indeholdt bestemmelser vedrørende opsigelse, fortolkes aftalen i overensstemmelse med HORESTA'S standardregelsæt for selskabsarrangementer, der må anses som udtryk for, hvad der er kutyme inden for branchen.

Af dette regelsæt fremgår af § 12, at i mangel af anden aftale kan selskabsarrangementer på over 12 personer opsiges inden 4 uger før arrangementets afholdelse.

Nævnet fandt derfor, at udlejer ikke var berettiget til at rejse krav mod forbrugeren som følge af dennes opsigelse af lejeaftalen og derfor var forpligtet til at refundere det erlagte depositum på 1.000 kr. (1996-7172/7-15)

#### **6.16.5. Puddelhund med sygdommen Calvé Legg Perthes. Det var ikke godtgjort, at hunden ved købet var behæftet med en mangel**

En forbruger købte i september måned en puddelhund for 4.500 kr. I maj måned året efter blev det ved en undersøgelse på Landbohøjskolen konstateret, at hunden led af Calvé Legg Perthes, og en hurtig operation blev anbefalet. Hunden blev opereret, hvilket kostede 3.043,75 kr. Forbrugeren reklamerede over for sælgeren og ønskede dyrlægeregningen erstattet med henvisning til, at hunden led af en mangel på leveringstidspunktet. Dette begrundede forbrugeren med, at sygdommen Calvé Legg Perthes er arvelig. Sælgeren bestred dette og



henviste til, at den pågældende sygdom også kan opstå som følge af ydre forhold, fx ved et uheld. Derudover henviste sælgeren til, at forbrugeren ikke havde forevist hunden forinden operationen.

Forbrugerklagenævnet rettede henvendelse til Det Veterinære Sundhedsråd for at få en udtalelse om sygdommen. Rådet oplyste generelt om sygdommen, at årsagsforholdene er uafklarede, idet det hos visse hunderacer er påvist, at arvelige faktorer er af betydning, hvorimod ydre forhold også kan være en årsag eller udløsende faktor.

På baggrund af Rådets udtalelse fandt nævnet, at det ikke i relation til puddelhunde er videnskabeligt bekræftet, at arvelige faktorer er af betydning for, om sygdommen Calvé Legg Perthes opstår. Da der således ikke kunne ses bort fra, at sygdommen hos forbrugeren hund var opstået som følge af ydre forhold, der var indtruffet efter leveringen, fandt nævnet ikke, at det var godtgjort, at klagerens hund ved købet var behæftet med en mangel. Forbrugeren fik således ikke medhold i klagen (1996-590/7-8)

#### **6.16.6. Egen skyld ved brug af havelys indendørs. Ikke medhold i erstatningskrav**

Ved juletid købte en forbruger 2 stearinlys til 9,95 kr. Lysene var i forretningen anbragt mellem julepynt og andre røde lys, og det fremgik ikke af pakningen, at der var tale om havelys. Forbrugeren tændte begge stearinlys og lod dem brænde i 1 time uden opsyn med den følge, at forbrugeren loft og lyse vægge i lejligheden blev sodet til. Derudover blev forbrugeren lyse møbler og gardiner "musegrå". På grund af tilsodningen var forbrugeren nødt til at male lejligheden og hvidte loft. Den erhvervsdrivende gjorde gældende, at der var påtrykt en svensk advarsel på lysene, hvoraf det fremgik, at lysene kun var til udendørs brug. Derudover mente den erhvervsdrivende, at lys med den opbygning, en kraftig metaldåse samt kraftig væge, vil blive opfattet udelukkende som udendørs lys.

Forbrugerklagenævnet besigtigede stearinlysene, og efter nævnets opfattelse fremstod lysene efter deres ydre fremtoning som havelys bestemt til udendørs brug, hvilket tillige fremgik af den påstemplede svenske advarsel.

Nævnet fandt, at forbrugeren havde anvendt lysene under omstændigheder, som den erhvervsdrivende ikke med rimelighed har kunnet forvente, hvorfor den indtrufne skade primært har beroet på forbrugeren egne forhold og ikke på en defekt ved stearinlysene, jf. produktansvarsloven § 5, stk. 1, nr. 2.

Forbrugerklagenævnet gav derfor ikke forbrugeren medhold i sit krav om erstatning for afholdte malerudgifter. (1997-989/7-20)

#### **6.16.7. Køb af to kufferter, der ikke kunne tåle flytransport**

En klager krævede pengene tilbage for to kufferter, der kort tid efter købet var blevet beskadiget i forbindelse med en flyrejse. Kufferterne havde kostet 1.149 kr. pr. stk. Der var tre års garanti på kufferterne, og garantibeviset indeholdt oplysning om kvalitetstest af kufferten.

Sælgeren mente, at der var tale om en transportskade, som det pågældende rejseselskab måtte være ansvarlig for.

Forbrugerklagenævnet fandt efter en besigtigelse af kufferterne, at disse som følge af en for svag konstruktion ikke kunne tåle den behandling, som de kunne blive udsat for i forbindelse med flytransport. Under hensyn til den forholdsvis høje pris på kufferterne, der ifølge garantibevisets kvalitetstest blev markedsført som en robust kufferttype, havde kufferterne herefter ikke de egenskaber, som klageren med rette kunne forvente. Klageren fik derfor medhold i sit krav om ophævelse af købet. (1996-645/7-7)

| [Top](#) |

Denne side er kapitel 6 af 6 til publikationen "Juridisk Årbog 1997".

Version nr. 1.0 af 08-09-2009

© Forbrugerstyrelsen 2009

## Kolofon

**Titel:**

Juridisk Årbog 1997

**Udgiver:**

Forbrugerstyrelsen

**Ansvarlig institution:**

Forbrugerstyrelsen

**Copyright:**

Forbrugerstyrelsen

**Forfatter:**

Forbrugerstyrelsen

**Anden bidrager:**

Forbrugerstyrelsen Kommunikationscentret

**Sprog:**

dan

**URL:**

<http://www.forbrug.dk/>

**ISBN nr.:**

87-7408-600-6

**Version:**

1.0

**Versionsdato:**

2009-06-18

**Publikationsstandard nr.:**

2.0

**Formater:**

html, gif, jpg, pdf, css

**Udgiverkategori:**

Statslig