



Forbrugerombudsmanden har politianmeldt parkerings-selskab for at skjule tillægsgebyr



Anette Moll Berg
Partner



Pernille Fagerberg
Attorney

Det er en overtrædelse af markedsføringsloven, forbrugeraftaleloven og betalingsloven at skjule eller sløre gebyrer, som lægges til prisen for en vare. Virksomheder skal tydeligt oplyse om gebyrer i deres prismarkedsføring, hvis de vil undgå at komme på kant med loven. Forbrugerombudsmanden har for nyligt politianmeldt parkerings-selskabet EasyPark, da det er Forbrugerombudsmandens opfattelse, at selskabet har skjult, eller i hvert fald ikke tydeligt oplyst, at der opkræves et gebyr på 15% oven i parkeringsprisen for den valgte p-plads ved brug af EasyParks app.

Kort om sagen

Forbrugerombudsmanden har i en pressemeddelelse oplyst, at parkerings-selskabet politianmeldes for overtrædelse af markedsføringsloven, forbrugeraftaleloven og betalingsloven.

Politianmeldelsen udspringer blandt andet af, at EasyPark hverken på hjemmesiden, via skiltning på parkeringspladser eller i parkeringsappen tydeligt har oplyst om det gebyr på 15%, der tillægges parkeringsprisen på den valgte parkeringsplads, når forbrugerne anvender appen. Gebyret er oplyst på tilmeldingssiden i appen, men skrevet med småt, hvilket ifølge Forbrugerombudsmanden ikke er tilstrækkeligt. Både i appen og på hjemmesiden var oplysningen om gebyret desuden "flere klik" væk fra forsiden.

Forbrugerombudsmanden har blandt andet udtalt:

“Easy Park har efter vores vurdering skjult over for brugerne af appen, at det koster et gebyr på 15 procent af parkeringsprisen at anvende appen. Vi anser det for en alvorlig overtrædelse af forbuddet mod vildledning, og vi har derfor politianmeldt selskabet.”

Derudover vurderer Forbrugerombudsmanden, at selskabet har handlet i strid med betalingsloven ved at hæve beløb på kundernes kreditkort, som var parkeringsprisen + gebyret, selvom kunderne kun var blevet præsenteret for parkeringsprisen uden gebyret, og derfor alene havde accepteret at betale parkeringsprisen.

“Mange betalinger foregår i dag digitalt fx via apps på mobilen, hvor vi giver virksomheder adgang til at hæve betalinger på vores konti. Det forudsætter, at vi kan have tillid til, at virksomheder ikke hæver flere penge end aftalt.” – Forbrugerombudsmanden, Christina Toftegaard Nielsen.

Reglerne om prisoplysninger og -markedsføring

Markedsføringsloven forbyder, at virksomheder angiver urigtige eller vildledende oplysninger bl.a. om priserne på deres produkter. Man må heller ikke udelade eller skjule væsentlige oplysninger eller præsentere væsentlige oplysninger på en uklar, uforståelig, dobbeltydig eller uhensigtsmæssig måde.

Også forbrugeraftaleloven stiller krav til virksomhedernes prisoplysninger. Inden der indgås en aftale med en forbruger om en vare eller en tjenesteydelse, skal man på tydelig og forståelig måde give forbrugeren oplysninger om den samlede pris for varen eller tjenesteydelsen inklusive afgifter og gebyrer samt evt. andre omkostninger.

Hvis virksomheden ikke har givet forbrugeren de nødvendige oplysninger om prisen inkl. de yderligere omkostninger, er forbrugeren ikke forpligtet til at betale de ekstra omkostninger, og virksomheden må ifølge betalingsloven ikke opkræve beløbet.

Ekstra gebyrer, afgifter og omkostninger, der tillægges prisen for en vare eller tjenesteydelse skal således altid fremhæves senest på betalingstidspunktet, så det tydeliggøres, at de indgår i den samlede pris.

DLA Pipers kommentarer

Selvom det kan forekomme indlysende, at en kunde skal betale for en merydelse, som en virksomhed leverer, så er det virksomhedens ansvar, at merydelsen er tydeligt oplyst, inden kunden foretager selve købsbeslutningen og giver virksomheden adgang til at hæve penge på det anvendte betalingskort. Oplysningerne må ikke nedtones eller gemmes i lange brugervilkår eller kompliceret opbyggede hjemmesider eller apps.

Forbrugerombudsmanden har løbende fokus på virksomheders overholdelse af reglerne om prisoplysninger og prismarkedsføring, og som den aktuelle sag viser, så kan overtrædelse af reglerne føre til politianmeldelse.

DLA Pipers erfarne team inden for IP- og markedsføringsret står til rådighed med rådgivning og sparring om prisoplysninger og prismarkedsføring.

Services

Varemærker, designs og ophavsret, IP og teknologi
