

Danske forbrugere har den korteste reklamationsfrist i Norden

Du kan reklamere over dine hårde hvidevarer og elektronik i længere tid i andre nordiske lande. Forbrugerrådet Tænk mener, at det også skulle være tilfældet i Danmark.



En konsekvens af kort reklamationsret er, at mange produkter kasseres i stedet for at blive repareret. En udvidet reklamationsret kan på lang sigt betyde mere holdbare produkter, der bliver repareret i stedet for at blive smidt ud.

Hvis din vaskemaskine eller støvsuger går i stykker, er du dårligere stillet, hvis du bor i Danmark end i andre nordiske lande og i flere andre EU-lande, for mens du i Danmark kun har to års reklamationsret på alle varer, kan du i andre nordiske lande reklamere over dine hårde hvidevarer i mindst tre år.

Det viser en opgørelse, som Justitsministeriet har lavet. Den indgår som en del af en betænkning fra et udvalg under Justitsministeriet, der blandt andet skal vurdere, hvorvidt reklamationsfristen skal forlænges. Betænkningen blev sendt i høring sidst i januar, og et efterfølgende lovforslag skal behandles af Folketingets retsudvalg.

Forbrugerrådet Tænk har deltaget i

udvalgsarbejdet og har foreslået, at reklamationsretten forlænges til seks år på varige forbrugsprodukter som hårde hvidevarer, elektronik og biler, hvor forbrugeren har en berettiget forventning om, at de holder længere. Desuden skal reklamationsretten generelt hæves til tre år.

“Som forbruger vil man instinktivt opfatte det som urimeligt, hvis en vaskemaskine går i stykker efter to år, og man ikke kan få den repareret, udskiftet eller få pengene tilbage. Her har vi i Danmark en lovgivning, der ikke hænger sammen med vores opfattelse af, hvad der er rimeligt. Andre nordiske lande har en bedre forståelse af, hvad man med rette kan forvente,” siger Vagn Jelsøe, der er vicedirektør hos Forbrugerrådet Tænk.

Forbrugerrådet Tænk får jævnligt henvend-

elser fra forbrugere, der ikke kan få særligt hårde hvidevarer og elektronik, der går i stykker efter to år, repareret eller få pengene tilbage.

En forbruger fortalte om sit fjernsyn til 9.999 kroner, der gik i stykker, to måneder efter at reklamationsfristen var udløbet, og som blev kasseret, da det var for dyrt at reparere.

En anden forbruger fortæller om et køleskab, hvor kompressoren gik i stykker kort tid efter reklamationsfristens udløb. I stedet for at få tilbudt reparation fik forbrugeren tilbudt rabat på køb af nyt køleskab, og det lidt over to år gamle køleskab blev kasseret.

Fagforeningen IDA analyserede i 2018 reparation af varige forbrugsgoder såsom hårde hvidevarer, og af dem, der havde oplevet, at et produkt gik i stykker, svarede 36 procent,

Gunstein Insteffjord fra norske Forbrukerrådet fortæller, at reklamationsretten i Norge for mange produkter er hele fem år.



at produktet var mellem to og fem år gammelt, da det gik i stykker - altså kort tid efter at reklamationsretten er udløbet.

Stiller krav til producenter

Hvis forbrugerne havde købt deres vaskemaskine, computer eller cykel i Norge, ville de ikke have haft det problem. I Norge kan forbrugere nemlig reklamere i fem år over mangler på produkter med længere levetid. Manglen skal - som i Danmark - have været til stede fra starten af. For forbrugerne betyder det, at de i højere grad kan stole på, at større investeringer som biler, vaskemaskiner og opvaskemaskiner er designet til at holde i længere tid.

“Det virker mere rimeligt for forbrugerne, at de kan stille krav til producent og forhandler, hvis de for eksempel allerede efter to år har problemer med deres vaskemaskine. Det giver også et incitament for sælger til at sikre en længere holdbarhed. Seriøse sælgere vil forsikre produktet,” siger Gunstein Insteffjord, der er forbrugerpolitisk chef for det norske forbrugerråd.

Han oplever også, at mange butikker selv sørger for at afhjælpe manglen og giver en gratis reparation, hvis der er tvivl om, hvorvidt produktet fejler som følge af en mangel eller slitage.

Norge har siden 1988 haft en reklamationsfrist på fem år for produkter med længere forventet levetid, men der har været en diskussion om, hvilke produkter der var inkluderet. En norsk kvinde klagede i 2003 over,

Få helt styr på reklamationret og garanti

Forbrugerrådet Tænk svarer på en lang række konkrete spørgsmål om reklamationsret og har samlet artikler, der blandt andet forklarer forskellen på garanti og reklamationsret, på www.taenk.dk/reklamationsret/rettigheder

at Nokia ikke ville reparere en lidt over to år gammel telefon. Sagen kom i højesteret, hvor retten bestemte, at en mobiltelefon må forventes at have en levetid på normalt tre til fire år, og derfor blev reklamationsfristen for mobiltelefoner sat til fem år.

Det betyder, at mange produkter som hårde hvidevarer, biler, mobiltelefoner, cykler og boliger har en reklamationsfrist på fem år. Det har butikkerne indrettet sig efter.

“I dag er der stor enighed om fem års reklamationsret både politisk og i erhvervslivet, og vi oplever, at ingen seriøse butikschefer udfordrer den,” siger Gunstein Insteffjord.

Han mener, at det betyder, at der bliver solgt mere holdbare produkter i Norge til fordel for både forbrugerne og miljøet.

“Selv om Norge kun i mindre grad har indflydelse på den internationale produktion, så vil norske forbrugere kunne påvirke seriøse sælgere og forhandlere til at sælge mere holdbare produkter, for hvis produkterne holder længere, vil forbrugerne komme tilbage, og det vil være indbringende for virksomheden,” siger Gunstein Insteffjord.

Bedre produkter og mindre miljøbelastning

I Danmark mener Erik Skov Madsen, der er lektor og forsker i bæredygtighed og vedligeholdelse på SDU's tekniske fakultet, også, at en udvidet reklamationsfrist vil betyde, at der bliver lavet bedre produkter, hvilket vil være til gavn for miljøet.

“En udvidet reklamationsret ville give bedre og mere holdbare produkter, da pro-

ducenterne står med et serviceansvar i en længere periode. Hvis produkterne ikke holder i perioden for reklamationsretten, så skal producenterne have et kæmpe serviceapparat op at stå,” siger Erik Skov Madsen.

Det kan også være et konkurrenceparameter for producenterne at lave mere holdbare produkter, da de vil få en større afsætning, og producenterne kan bruge deres egen garanti til at gøre deres produkter mere attraktive.

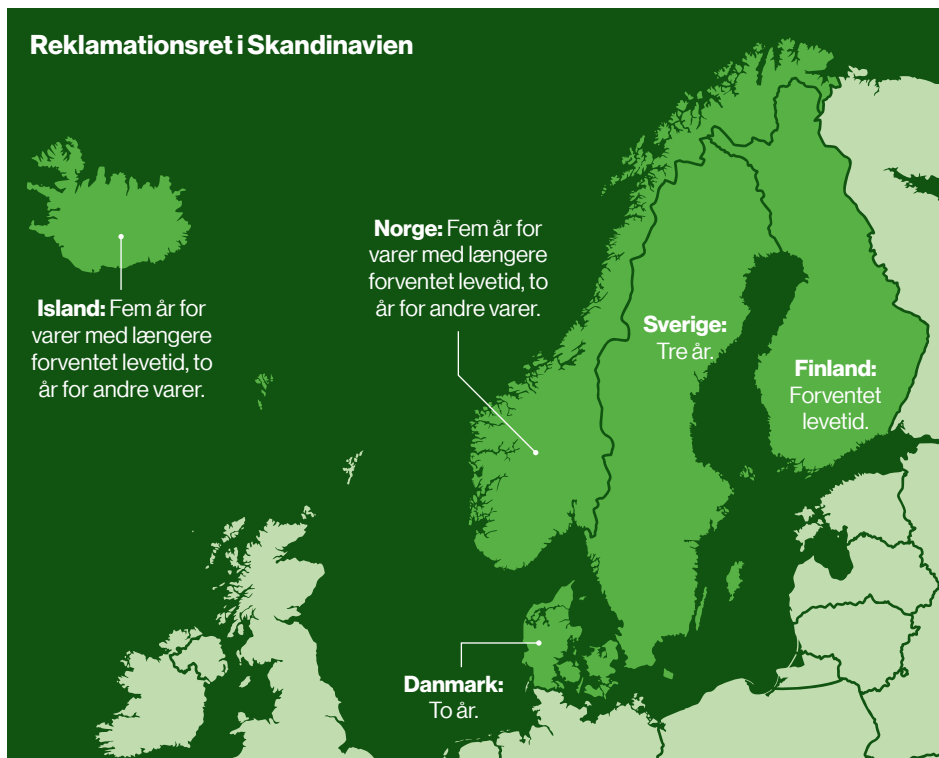
“Hvis du som forbruger kan vælge mellem to eller 20 års garanti, hvad vil du så vælge? Vi ser for eksempel koreanske bilproducenter, som har fem og syv års garanti, mens europæiske bilproducenter normalt nøjes med to års garanti. Koreanerne ser ud til at tro på deres produkter,” siger Erik Skov Madsen.

Forbrugerrådet Tænk mener også, at en forlængelse af reklamationsretten vil have en gavnlig effekt på miljøet, da 80 procent af et produkts miljøbelastning ligger i produktionsfasen. Hvis der bliver produceret færre produkter, vil det mindske den samlede belastning af miljøet.

“Det er helt afgørende, at produkterne holder længere tid, da en meget stor del af miljøbelastningen er bundet i produktionen. En længere reklamationsfrist vil tilskynde producenterne til at få produkterne til at holde længere, da det ellers vil koste dem i service-ring,” siger Vagn Jelsøe.

Det er Erik Skov Madsen enig i.

“Elektriske og elektroniske apparater er en af de største affaldsstrømme. Hvis produkterne holder længere, vil der blive pro- ▶



duceret færre produkter, og vi vil få mindre affald,” siger Erik Skov Madsen.

Ikke opbakning fra erhvervslivet

Bo Dalsgaard, der er chefkonsulent hos Dansk Erhverv, mener derimod ikke, at der er grund til at udvide reklamsretten.

“Vi mener, at to år er en rimelig balance mellem forbrugernes rettigheder og virksomhedernes forpligtelser. Mange fejl viser sig inden for de første to år. Desuden bliver det sværere og sværere at vurdere, om manglen var til stede ved købet, jo længere tid der går,” siger Bo Dalsgaard.

Han tilføjer, at danske forbrugere har en samlet rigtig god beskyttelse og et godt klagesystem.

Erik Skov Madsen mener, at det godt kan blive lidt dyrere for forbrugerne, hvis man udvider reklamsretten for hårde hvidevarer og andre produkter med længere holdbarhed. Men det er ikke meget.

“Det kan godt være, at vi ikke vil se de rigtig billige produkter mere, men der vil ikke være en voldsom stigning i prisen på andre produkter. Hvis man ser på, hvordan man producerer og designer et produkt, så kræver de bare lidt mere omhyggelighed for at få det til at holde længere. De fleste komponenter holder jo i forvejen langt længere end to år,” siger Erik Skov Madsen.

Han henviser til, at Grundfos eksempelvis har haft succes med at få deres pumper til at holde længe. ■

Udvalgsarbejde i gang

Et udvalg under Justitsministeriet forbereder gennemførelsen af tre EU-direktiver i dansk lov. Direktiverne indeholder blandt andet mulighed for, at medlemsstaterne kan forlænge reklamsretten ud over de to år. Udvalget skal se på, om en forlængelse af reklamsretten giver mening, og om en udvidet reklamsret vil understøtte den grønne omstilling. Udvalget har sidst i januar sendt sin betænkning i høring. Derefter vil regeringen fremsætte et lovforslag, der skal behandles først i Folketingets retsudvalg og derefter af det samlede Folketing. Forbrugerrådet Tænk arbejder politisk for, at reklamsretten i Danmark bliver forlænget.

Kilder: Justitsministeriet m.fl.

Det mener politikerne

Skal reklamsretten udvides?



“Det er jeg meget positiv overfor. Fra et forbrugersynspunkt vil man jo meget gerne have en så lang

reklamsret som muligt. Men fra et samfundsmæssigt perspektiv mener vi også, at det kan tilskynde til, at produkterne holder længere. Det vil også gøre meget for klimaet, hvis virksomhederne leverer nogle kvalitetsprodukter, der holder. Det piner mig, at det næsten ikke kan betale sig at reparere produkterne,” siger Karina Lorentzen, medlem af Retsudvalget for SF.



“Det mener vi jo, at vi skal. Vi er især bekymrede for, at mange virksomheder indbygger i produkterne, at de

holder kortere. En længere reklamsret vil betyde, at det ville være mere bøvlet at producere varer, der ikke holder så længe,” siger Torsten Gejl, med i Beskæftigelsesudvalget i Alternativet.



“Fra et forbrugerperspektiv kan jeg sagtens se det positive i at forlænge reklamsretten og mener

også, at der er logik i, at produkternes levetid er afspejlet i reklamsretten. Men vi mener, at reglerne skal laves i samspil med andre EU-lande, så vi ikke får stigende priser og mindre udbud for danske forbrugere, fordi vi har en længere reklamsret end flertallet af EU-landene,” siger Torsten Schack Pedersen, der er erhvervsordfører for Venstre.