

Prisinformation

Uppgifter i reklam m.m

Enligt marknadsföringslagen ska marknadsföring, det vill säga reklam och all annan annonsering, stämma överens med god marknadsföringssed och även i övrigt vara tillbörlig mot konsumenterna och näringsidkare. Vid marknadsföring ska näringsidkaren lämna sådan information som är av särskild betydelse från konsumentens synpunkt.

Förmånserbjudanden

Det finns inga uttryckliga regler för vilken konstruktion ett förmånserbjudande får ha. Däremot är det viktigt att konsumenten på ett tydligt sätt får den information som behövs för att kunna bedöma hur förmånligt ett erbjudande är. Genom krav på tydlig och korrekt presentation motverkas risken att erbjudandet utformas på ett försåtligt eller vilseledande sätt. Näringsidkare ska enligt marknadsföringslagen lämna tydlig information om villkoren för att utnyttja erbjudandet, erbjudandets beskaffenhet och värde samt de tidsgränser och andra begränsningar som gäller för erbjudandet.

Garantier

Ordet "garanti" eller jämförliga uttryck i reklam väger ofta tungt som säljargument. För att konsumenten inte ska överskatta garantierbjudandets värde och omfattning ställs stränga krav på användning av ordet garanti i reklam och på presentation av garantivillkor.

Reklam får endast hänvisa till garanti om det betyder att köparens rättsliga ställning blir starkare, det vill säga att garantin ska ge köparen något utöver gällande rätt. Den som använder ordet garanti eller jämförliga uttryck ska tydligt ange alla garantivillkoren samt rätten till och sättet för reklamation - antingen i reklamen, eller i skriftlig form på trafikskolan.

Vissa uttryck med ordet garanti kan vara direkt vilseledande och därmed otillbörligt enligt marknadsföringslagen. Ett sådant exempel är uttrycket "lägsta-pris-garanti". Även uttryck som "körkortsgaranti" eller liknande torde betraktas som vilseledande eftersom en trafikskola aldrig kan garantera att en elev kommer att klara ett körkortsprov.

Prisinformation

Kravet på god prisinformation gäller när en näringsidkare i detaljistledet riktar sin marknadsföring direkt mot konsumenterna. En näringsidkare ska uppge priset för en vara eller tjänst när den är "bestämd", det vill säga så detaljerat beskriven i reklamen att konsumenten kan identifiera den och särskilja den från andra varor eller tjänster. Prisuppgifter till konsumenterna ska inbegripa mervärdesskatt (moms). Om det kan tillkomma avgifter och andra kostnader ska detta anges särskilt.

Prisargumentation och prisjämförelser

Prisinformation övergår ibland till att bli prisargumentation och näringsidkaren jämför sig t.ex. med sina konkurrenter. Påståenden som näringsidkaren då gör kan bli mycket svåra för honom att styrka, t.ex. "billigast", "cirkapris", "gratis", "utan extra kostnad".

Priset

Lagstiftningen om prisangivelser inte gäller frågan om hur högt eller lågt ett pris är satt. Prissättningen och konkurrensen är i princip fri i Sverige. En effektiv konkurrens ska främjas i enlighet med konkurrenslagen som syftar till att konsumenterna ska få så bra varor och tjänster som möjligt till så rimliga priser som möjligt.

Fel pris i annons

Det händer ibland att annonser är felaktiga. T.ex. att priset av misstag har blivit angivet till 30 kr i stället för 300 kr. I dessa fall kan man som konsument inte kräva att få köpa den marknadsförda varan eller tjänsten till det i annonsen angivna priset. Uppgifter i reklam anses i allmänhet inte vara bindande för annonsören. Man uppfattar nämligen normalt reklam som en uppmaning till kunder att göra affärer med annonsören. Villkoren, t.ex. priset, bestäms när kunden och säljaren är överens och ingår avtal, t.ex. när de träffas i en butik.

Kvitton

En kund har alltid rätt att få ett kvitto vid betalning för tjänst eller vara. Som kund på en trafikskola bör du ställa krav på att alltid få kvitto i samband med betalning.

Distansavtal

Distansavtal är när konsumenten och näringsidkaren inte träffas personligen. Exempelvis vid köp via Internet, postorder, telefonförsäljning eller liknande. Näringsidkaren är bl a skyldig att i marknadsföringen lämna information om sitt namn och sin adress, varans eller tjänstens egenskaper och pris, leverantörskostnader, sättet för betalning och leverans, ångerrätten, hur länge erbjudandet gäller och avtalets kortaste löptid. Du har rätt till informationen i rimlig tid innan avtalet ingås. Informationen ska vara klar och begriplig och lätt att hitta. Ångerrätten gäller under 14 dagar och du behöver inte uppges anledningen till att du ångrar dig.

Presentkort och tillgodokvitto

Det är inte helt ovanligt att ungdomar får presentkort av föräldrar eller andra släktingar avseende ett antal körlektioner eller ett utbildningspaket som gäller på en viss trafikskola. Villkoren står på presentkortet. Man kan vanligtvis inte lösa in ett presentkort i pengar och inte heller få tillbaka växel i kontanter om man bara utnyttjar del av presentkortet.

Beträffande giltighetstiden för presentkort finns en överenskommelse mellan Konsumentverket och Svensk Handel om att presentkort är giltiga i 10 år. Det förekommer dock presentkort på marknaden med kortare giltighetstid. STR hade tidigare, t o m 110528, ett krav på en giltighetstid på lägst fyra år. Idag är det upp till den enskilda trafikskolan att bestämma en skälig giltighetstid, STR presentkort. Man bör använda presentkortet inom den tid som är angiven på presentkortet. Saknas uppgift om giltighetstid får man utgå från att presentkortet gäller i tio år från det att det utfärdades.

För tillgodokvitton gäller samma regler beträffande giltighetstiden. Det är dock alltid klokt att använda både presentkort och tillgodokvitton så snart som möjligt. Om trafikskolan stänger, går i konkurs eller byter ägare går det oftast inte att utnyttja presentkortet eller tillgodohavandet.