

ERHVERVSJURA

Der var engang ... en varehuskæde

MARKEDSFØRING: En varehuskæde reklamerer med, at den tilbyder at komme hjem til kunden og monterer de indkøbte samtl. selv-møbler. Men det gælder kun i en af kædens butikker.



LARS BO LANGSTED
professor,
Juridisk Institut,
Aalborg Universitet

finans@finans.dk

»Der var engang«. Sådan begynder alle rigtige eventyr, uanset om de er gode eller dårlige, uanset om de er baseret på rigtige historier eller ej, og uanset om de har en happy ending eller ikke. Så er De advaret!

Der var engang en meget stor varehuskæde. Den var så stor, at den fandtes i næsten alle verdens lande. Den var ikke bare stor, den var også meget berømt og meget besøgt. Det, den særligt var kendt for, var at sælge møbler, der var godt designet, havde god holdbarhed og en særdeles rimelig pris. Kunderne gik smilende derfra med fyldte poser, biler og trailere. Men – for sådan et er der altid, selv ved den smukkeste prinsesse – når de glade kunder kom hjem med de flotte nye møbler, skulle de selv samle dem!

Det vidste de naturligvis godt, men det så jo både let og enkelt ud. Altså lige indtil man kiggede nærmere på tegningen, vendte pladerne forkert, manglede en dingnot, som så måske var der alligevel, glemte at holde siden, der så faldt ud, bagbeklædningen, der svuppede, når man prøvede at sætte den på plads, og meget

andet sved- og bandeords-fremkaldende.

Kædens mangeårige direktør, som godt var klar over, at ganske mange potentielle kunder i tidens løb havde fået et temmelig anstrengt, ja næsten panikfremkaldende forhold til det at samle møblerne selv, vidste ikke helt, hvad han skulle gøre. Men en dag fik yngstemanden en rigtig god idé: Hvorfor ikke også tilbyde kunderne at montere møblerne hjemme hos dem selv?!

Direktøren kiggede anerkendende på yngstemanden, nikkede og tænkte stolt: »Sådan var jeg også i mine yngre dage.« Og som sagt, så gjort. I alle kædens butikker – i hvert fald i eventyrlandet bag grænselommene – blev der sat fine skilte op: »Vi tilbyder montering«. Ikke bare på skilte i alle varehuse, men også på hjemmesiden og på brochurerne kom det glade budskab: »Vi monterer!«

Og glade folk kom myldrende fra fjern og nær for at se vidunderet og selv prøve det: »Tænk engang – nu kan man også få skabet samlet!«. Men AK – det viste sig alligevel at være for godt til at være sandt. Den første tjener sagde, at det havde han aldrig hørt om. Den næste tjener, man mødte, havde ganske vist hørt om det, men troede ikke helt på det – hvorimod den tredje tjener, han vidste besked: Det er

ganske vist! Men det gælder kun for et af vores mange varehuse. Her i denne del af Eventyrland kan det ikke lade sig gøre. Vi kan nemlig ikke finde nogen alfer, der kan gøre det tilstrækkeligt billigt!

På kundens forundrede spørgsmål om, hvorfor alle skiltene, hjemmesiden og brochuren sagde, at man kunne få montering, var svaret blot, at det var rigtigt, men at det kunne man altså alligevel ikke.

Og nu tænker De så, kære læser: Hvornår kommer prinsen på den hvide hest? Men han dukker desværre ikke op – heller ikke i slutningen af denne historie. Og så måske – for slutningen er jo ikke nået, selvom historien er forbi, og prinsen kommer tit, når man tror, at det er for sent. Men hvad skal han stille op her?

I Eventyrland har de – ligesom her i landet – en markedsføringslov. Og i den står der, at man ikke må bruge urigtig eller vildledende markedsføring. Hertil kunne man sige, at selv om man ikke i nogen af varehuse på nær et enkelt kan få monteret sine indkøbte varer, så er der jo ikke tale om noget urigtigt eller vildledende om selve varen – kun om hvorvidt man også kan købe den med montering. Det er imidlertid ikke noget rigtig godt argument, for oplysningen har jo netop fået de

kunder, der normalt ikke ville købe samtl. selv-møbler, til at komme hen i varehuset og måske ligefrem med møj og besvær bestille møblerne via de opstillede computerskærme.

Heller ikke det forhold, at man får den "rigtige" besked, når man spørger – i hvert fald tredje gang – kan afhjælpe grundproblemet: Det er en urigtig oplysning, at man kan få samlet skabet derhjemme. Oplysningen gentages mange steder og selv på væggene i de varehuse, hvor man ikke kan få montering, er der skilte med oplysningen.

I april i år traf Forbrugerombudsmanden en afgørelse, hvorefter en supermarkeds kædes markedsføring af en vin af årgang 2010 var vildledende i henhold til markedsføringsloven, idet det i to varehuse kun var vinen af årgang 2011, der kunne købes.

Supermarkeds kæden svarede sig med, at årgang 2011 kvalitetsmæssigt var på samme niveau som årgangen fra 2010 – men det gjorde nu ikke meget indtryk på Forbrugerombudsmanden.

Medmindre Forbrugerombudsmanden vil bestige sin hvide ganger og komme kunderne til undsætning, må man vel indskrænke sig til at konstatere, at man går hen og bliver en både skuffet og sur kunde af sådan et

; På kundens forundrede spørgsmål om, hvorfor alle skiltene, hjemmesiden og brochuren sagde, at man kunne få montering, var svaret blot, at det var rigtigt, men at det kunne man altså alligevel ikke.

skilt, der alligevel ikke passer.

Det er på samme irritationsniveau som bankernes breve til kunder, hvor banken skriver: »De har bestilt en netboks hos os ...« Selvom man tværtimod er ved at forlade banken med alle sine konti og aldrig har hørt, at der skulle være noget, der hed netboks, endsiges bestilt sådan én.

Eller telefonsælgeren fra elseskabet, der på enhver måde forsøger at undgå at svare på spørgsmålet: »Ja det er meget godt, at jeg kan spare 12 øre pr. kilowatttime ved at skifte til jer – men hvad koster en kilowatttime inklusive skatter og afgifter?«

Eller ...

Om de levede lykkeligt til deres dages ende er vel tvivlsomt, medmindre alt for mange virksomheder inden for alt for mange forskellige brancher holder op med at kommunikere uklart, vildledende eller ligefrem usandt. Som regel vil det gå op for forbrugerne før eller siden og alene avle irritation og vrede. Fjern dog skiltet i de varehuse, der ikke leverer montering, lad være med at sende standardbreve ud i situationer, der ikke passer til brevetets indhold, og lad være med at telefonsælge en vare, der alligevel er usælgelig, når den potentielle kunde får de relevante oplysninger. Rigtig god sommer.



I stedet for selv at bøvl med at samle møblerne kan man tage imod varehuskædens tilbud: »Vi monterer«, hvis man altså er så heldig at have handlet i det af kædens varehuse, der faktisk udfører montering.

Arkivfoto: Thomas Borberg/Polfoto