

Skriftlighetskravet i distansavtalslagen vid telefonförsäljning. Fråga om säljarens formulering i ett sms har varit tillräckligt klar och begriplig för att konsumenten ska anses ha ingått ett bindande avtal om brandlarmstjänster.

Beslut 2020-01-10; 2019-04350

PRF begärde att nämnden skulle förklara att han inte var bunden av ett avtal om brandlarmstjänster.

I sin anmälan till nämnden uppgav *PRF* följande. Den 12 januari 2019 blev han uppringd av ett företag som sålde brandlarmstjänster. Säljaren uppgav att företaget kunde skicka ut information till honom om han var intresserad. För att få informationen var han tvungen att svara på ett sms, vilket han gjorde. Säljaren sa inget om att ett avtal ingicks genom att han svarade på sms:et eller att bindningstiden var två år. Säljaren sa att man kunde ångra sig när som helst och att han skulle få 14 dagars ångerrätt efter det att han mottagit avtalet på papper, men avtalet kom först efter 14 dagar och då hade tydligen ångerrättstiden gått ut enligt avtalet.

Företaget motsatte sig kravet.

I sitt svar till nämnden uppgav företaget följande. *PRF* har ingått ett avtal med företaget och han har fått ångerrättsinformation för tjänsten. *PRF* bekräftade informationen med ett sms som skickades efter samtalet. Välkomstbrevet skickades ut efter att han hade svarat på meddelandet. I mailet som *PRF* skickade för att hävda sin ångerrätt skrev han att han glömt att läsa igenom avtalet och att han visste att avtalet fick ångras inom 14 dagar men att han hade missat det.

Allmänna reklamationsnämnden gjorde följande bedömning.

Vad tvisten gäller

Frågan i tvisten är om *PRF* och företaget har ingått ett bindande avtal om en brandlarmstjänst.

Rättslig reglering och nämndens överväganden

Med distansavtal menas avtal som ingås inom ramen för ett av näringsidkaren organiserat system för att träffa avtal på distans, om kommunikationen uteslutande sker på distans. Avtal som träffas i samband med telefonförsäljning utgör normalt ett sådant distansavtal som omfattas av reglerna i distansavtalslagen.¹

Sedan den 1 september 2018 gäller ett skriftlighetskrav vid telefonförsäljning som riktar sig till konsumenter om det är näringsidkaren som har tagit initiativet till kontakten. Syftet med reformen var att stärka konsumentskyddet. Ett skriftlighetskrav ger, enligt lagens förarbeten, konsumenten ett angeläget rådrom innan avtal ingås och ger honom eller henne möjlighet att

¹ Lagen (2005:59) och distansavtal och avtal utanför affärslokaler.

reflektera över sina val, jämföra liknande produkter, rådfråga sin omgivning, överväga sin ekonomi m.m. Det ger samtidigt en ökad klarhet när det gäller frågan om parterna har träffat ett avtal och om innehållet motsvarar parternas ömsesidiga vilja.²

Skriftlighetskravet framgår av 2 kap. 3 a § distansavtalslagen. Om ett avtal ska ingås till följd av att näringsidkaren på eget initiativ kontakter konsumenten i syfte att ingå ett distansavtal, ska näringsidkaren bekräfta sitt anbud i en handling eller i någon annan läsbar och varaktig form som är tillgänglig för konsumenten (en s.k. anbudsbekräftelse). Ett avtal ingås genom att konsumenten efter samtalet skriftligen accepterar näringsidkarens anbud. Ett avtal som inte har ingåtts på detta sätt är ogiltigt och konsumenten är då inte skyldig att betala för några varor eller tjänster. Konsumenten ska informeras om detta i anbudsbekräftelsen.

Avgörande för om ett bindande avtal har ingåtts är alltså att konsumenten efter telefonsamtalet skriftligen accepterar det anbud som näringsidkaren har lämnat vid telefonsamtalet. Konsumentens accept kan skickas exempelvis per sms eller e-post.³

En näringsidkare som bedriver telefonförsäljning och vill att konsumenten ska acceptera anbudet per sms gör vanligtvis detta genom att bekräfta sitt anbud i ett sms med en uppmaning till konsumenten att besvara meddelandet med ”ja”, ”ok” eller liknande uttryck. Mot bakgrund av de problem som motiverade införandet av skriftlighetskravet anser nämnden att det bör ställas höga krav på att näringsidkare uttrycker sig på ett sådant sätt att det är tydligt för konsumenten att denne därigenom blir bunden av avtalet. Meddelandet från näringsidkaren bör vara så klart och begripligt att konsumenten vid en första anblick inser att ett svar på meddelandet innebär att han eller hon blir bunden vid det avtalsförslag som presenterades vid telefonsamtalet. Stöd för att uppställa särskilda klarhetskrav vid vissa avtalstyper eller rättshandlingar återfinns i den juridiska doktrinen.⁴ Kravet på klarhet och begriplighet återfinns även uttryckligen på flera ställen i distansavtalslagen (t.ex. 2 kap. 3 och 5 § och 3 kap. 3 §). Detta ligger också i linje med näringsidkarens intresse av att säkra bevisning om en gemensam partsvilja att ingå avtalet.

Säljarens skyldighet enligt 2 kap. 3 a § att skicka en anbudsbekräftelse påverkar inte frågan om ett avtal har ingåtts. Det förhållandet att näringsidkaren inte har bekräftat anbudet i en handling eller i någon annan läsbar och varaktig form som är tillgänglig för konsumenten leder inte till att avtalet är ogiltigt, om konsumenten ändå skriftligen accepterade anbudet.⁵ I praktiken kan anbudsbekräftelsen dock tänkas utgöra viktig bevisning i frågan om parterna ingått ett avtal och vad avtalet innebär.

Nämndens bedömning

Parterna är överens om att PRF blev uppringd av en säljare från brandlarmtjänstföretaget. Av det underlag som parterna har gett in framgår det att företaget efter samtalet skickade ett sms till PRF med texten ”Hej PRF, för att godkänna dina person- och avtalsuppgifter svarar du på

² Prop. 2017/18:129 s.17 f.

³ Prop. 2017/18:129 s. 45.

⁴ Se Adlercreutz, A, Avtalsrätt I, uppl. 12, s.131 f och Avtalsrätt II, uppl. 5, s. 29.

⁵ Prop. 2017/18:129 s. 45-46. Däremot innebär lagens bestämmelser att marknadsrättsliga åtgärder kan vidtas mot en näringsidkare som inte uppfyller sin informationsskyldighet (6 §).

detta sms med ja. Villkor och uppgifter: <http://m.förebygg.com/24> Mvh Förebygg”, och att han besvarade detta sms med ”Ok”.

Företaget menar att ett bindande avtal om brandlarmstjänst ingicks genom PRF:s sms med texten ”Ok”, medan PRF har invänt att hans sms inte var avsett som en accept av ett anbud utan ett erbjudande om ytterligare information om tjänsten.

Eftersom det är företaget som påstår att ett avtal har ingåtts är det företaget som måste bevisa att PRF:s sms syftade till att acceptera företagets anbud. Nämnden anser att företagets formulering i sms:et inte är tillräckligt klar och begriplig för att PRF:s ”Ok” ska anses innebära en anbudsaccept. Företaget har inte heller bevisat att innehållet i telefonsamtalet mellan säljaren och PRF var sådant att hans sms måste ha utgjort något annat än en bekräftelse av att han önskade mer information om tjänsten. Mot den bakgrunden bedömer nämnden att företaget inte har bevisat att parterna har ingått ett bindande avtal. PRF är därmed inte bunden av det av företaget påstådda avtalet.