

Vedtak i Transportklagenemnda - Fly

Sammendrag

Uriktig informasjon / forhåndsreklame for kampanjebilletter ved kjøp over internett som førte til at klagerne kjøpte dobbelt så dyre billetter.

Dato

24.03.2010

Saksnummer

59/09F

Tjenesteyter

Norwegian Air Shuttle ASA

Uriktig informasjon / forhåndsreklame for kampanjebilletter ved kjøp over internett som førte til at klagerne kjøpte dobbelt så dyre billetter.

Klager har i det vesentlige anført:

Klager og hans reisefølge reiser to ganger i året til Nice og har gjort dette i 8 år, og alltid med Norwegian. De er pensjonister og prøver alltid å finne de billigste billettene. I denne saken føler de seg lurt av Norwegians forhåndsreklame om kampanjebilletter (se vedlegg).

Klagerne ringte Norwegian for å få bekreftet at billettene skulle bli lagt ut for salg kl 00.01 den 6. januar 2009. Klagerne fikk bekreftet fra to forskjellige personer i Norwegian at alle billettene i kampanjen skulle legges ut den 6. januar fra kl 00.00. Da klagerne prøvde å kjøpe billetter over internett straks salget startet, fikk de ikke opp noen bedre priser enn det som hadde vært dagen før. Klagerne trodde da at det skyldtes forsinkelse på nettet og ventet da til kl 02.00, men situasjonen var den samme. Neste formiddag sjekket de prisene igjen, det var ingen endring i prisen, og de bestilte da billetter over internett. Klager sjekket prisene på kampanjebillettene igjen 11. januar, fem dager etter de hadde bestilt, og da var prisene halvert. Denne måten å operere i markedet på føler klagerne er helt uakseptabelt, og et eksempel på meget dårlig planlagt markedsføring.

Klagerne krever refundert mellomlegget mellom den pris de betalte og kampanjebillettprisen. Norwegian har avvist kravet under henvisning til at klagerne er bundet når de bekrefter bestillingen. Klagerne er fullt klar over hvilke regler som gjelder ved bestilling. Dog er det ikke disse regler eller prosesser saken dreier seg om, men en helt feilaktig markedsføring av et tilbud som skulle starte kl 00.00 den 6. januar 2009.

Norwegian har i det vesentlige anført:

Når man bestiller billetter på Norwegian hjemmeside, vil kunden i løpet av bestillingsprosessen få beskjed om å kontrollere at alle data som er lagt inn er korrekte.

I løpet av samme bestillingsprosess har kunden også bekreftet å ha lest og akseptert Norwegians vilkår. Etter denne bekreftelsen fortsetter bestillingsprosessen hvor pris på reisen man er i ferd med å booke fremkommer klart og tydelig, og til slutt referansenummer.

Norwegian henviser til at det i deres kampanje stod følgende tekst:

«Noen destinasjoner har svært få billetter til annonsert pris, og bare i deler av reiseprosessen. Det varierer hvor mange billetter som er lagt ut på de enkelte destinasjoner. Noen har svært få billetter til annonsert pris, og bare i deler av reiseprosessen. Andre har svært mange. På enkelte dager og avganger kan det være få eller ingen ledige plasser til annonsert pris. Det må påregnes at det vil bli utsolgt for de billigste billettene på enkelte ruter og i enkelte perioder utover i kampanjeperioden. Flyprisen er inkludert skatter og avgifter og gjelder på utvalgte avganger en vei. Det gis ikke barnerabatt på kampanjeprisen. Vi tar forbehold om utsolgte billetter, prisendringer og skrivefeil.

Det var ikke oppgitt noe klokkeslett for når kampanjen startet.

Norwegians kundesenter var godt informert i forhold til denne kampanjen, de som tok i mot telefoner vedrørende denne kampanjen var godt inneforstått med hva som var gjeldende, når kampanjen startet og når billettene ble lagt ut. Norwegian mener at de har lagt ut tilstrekkelig informasjon i forhold til reiseprosessen og hva som var gjeldende i forhold til denne kampanjen.

Norwegian kan ikke imøtekomme klagers krav i denne saken.

Nemnda bemerker:

Klagerne aksepterte ved bestillingen den pris de fikk oppgitt for reisen. De er i utgangspunktet bundet av dette.

Klagerne er ikke uenige i det, men anfører at de ble forledet av Norwegians reklamekampanje samt muntlig informasjon fra to Norwegian-ansatte til å tro at den prisen de aksepterte var kampanjeprisen, eller rettere at det ikke var kampanjepris til dette reisemålet.

Nemnda er enig med klagerne i at annonsen gir inntrykk av at samtlige kampanjebilletter legges ut fra 6. januar 2009. Det fremgår av annonsen at det for noen destinasjoner kun er få billetter, og bare i deler av reiseprosessen. Nemnda finner det sannsynlig at medarbeiderne fra Norwegian, som klagerne snakket med, ga uttrykk for det samme.

Klagerne har opplyst at rabatterte billettene til Nice først ble lagt ut den 11. januar 2009.

Norwegian har ikke bestridt dette. Nemnda legger klagerens opplysninger til grunn.

Norwegian har heller ikke bestridt at disse billettene var en del av den annonserte kampanje. Man står således ikke overfor et vanlig tilfelle av varierende priser som følge av tilbud/ etterspørsel.

Norwegian opplyser i brev til klager av 15. januar 2009 at det vil ta noe tid å legge ut 100 000 billetter med pris fra kr 249 og oppover, og at oppdatering av alle disse avgangen dermed vil ta tid. Norwegian anfører også at det ikke ble oppgitt noe klokkeslett for når kampanjen startet.

Nemnda er enig i at Norwegian ikke har satt opp noe klokkeslett, men vil anta at de fleste vil regne med at kampanjen startet ved midnatt, og at de fleste ville forutsette at samtlige

rabattbilletter ble gjort tilgjengelig på samme tid. I dette tilfellet er det imidlertid ikke snakk om en forsinkelse på minutter eller timer før alle billettene var lagt ut, men en forsinkelse på fem dager. Etter nemndas vurdering går det langt ut over det man må kunne forvente.

Nemnda er av den oppfatning at Norwegian har gitt uriktig/uklar/mangelfull informasjon både skriftlig og muntlig. Den uriktige/uklare/mangelfulle informasjonen førte til at klagerne bestilte ordinære billetter i stedet for kampanjebilletter.

Klagerne påpekte forholdet til Norwegian dagen etter at kampanjebillettene til Nice var lagt ut. Norwegian burde på dette tidspunkt enkelt kunne rette opp misforståelsen.

Nemnda anbefaler at klagerne refunderes mellomlegget mellom det de betalte for billettene og kampanjeprisen.

Vedtak:

Flyklagenemnda anbefaler at klagerne refunderes mellomlegget mellom det de betalte for billettene og kampanjeprisen.

Vedtaket var enstemmig.

Nemnda hadde slik sammensetning ved behandling av saken:

Lagdommer Einar Kaspersen, leder

Elise Korsvik, Forbrukerrådet

Lars Grøndal, Forbrukerombudet

Olav Grøttland, SAS

Janne G. Soløy, Widerøes Flyveselskap ASA

Nemndas representanter

Lagdommer Einar Kaspersen, leder, Elise Korsvik, Forbrukerrådet, Lars Grøndal, Forbrukerombudet, Olav Grøttland, SAS, Janne G. Soløy, Widerøes Flyveselskap ASA.

De publiserte nemndsavgjørelsene er bearbeidet av stiftelsen Lovdata, som innehar rettighetene til dokumentene. Utnyttelse av nemndsavgjørelsene til forlagsvirksomhet, distribusjon, drift av søkbare databaser eller opplæringsvirksomhet krever særskilt avtale med Lovdata. Lovdata avgjør i tvilstilfelle hva som faller inn under nevnte kategorier.