

Til lovforslag nr. L 213. Betænkning afgivet af Retsudvalget den 11. maj 2000

Betænkning

over

Forslag til lov om ændring af lov om visse forbrugeraftaler, markedsføringsloven og visse andre love

(Gennemførelse af EU-regler om fjernsalg, uanmodet markedsføring m.v. og metoden til beregning af årlige omkostninger i procent samt gennemførelse af protokoller om Domstolens fortolkningskompetence vedrørende konventionen om, hvilken lov der skal anvendes på kontraktlige forpligtelser m.v.)

Udvalget har behandlet lovforslaget i nogle møder og har herunder stillet spørgsmål til justitsministeren, som denne har besvaret skriftligt.

Et af udvalgets spørgsmål til justitsministeren og dennes svar herpå er optrykt som bilag til betænkningen.

Endvidere har udvalget modtaget skriftlige henvendelser fra Danske Dagblades Forening og Realkreditrådet.

I forbindelse med udvalgets behandling af lovforslaget blev der den 28. marts 2000 afholdt en teknisk gennemgang af lovforslaget i Justitsministeriet. Lovforslaget skal ses i sammenhæng med lovforslag nr. L 147 (Forslag til lov om behandling af personoplysninger), og der henvises i den forbindelse til det notat om sammenhængen mellem forslag til lov om behandling af personoplysninger og andre lovforslag, der er optrykt som bilag til Retsudvalgets betænkning af 11. maj 2000 over lovforslag nr. L 147.

Der er af justitsministeren stillet ændringsforslag, hvorom henvises til de ledsagende bemærkninger.

Herefter indstiller et *flertal* (udvalget med undtagelse af Det Konservative Folkepartis og Frihed 2000's medlemmer) lovforslaget til *vedtagelse* med de stillede ændringsforslag.

Et mindretal inden for flertallet (Dansk Folkepartis medlem af udvalget) støtter lovforslaget,

som i udgangspunktet medfører en udvidelse af forbrugerbeskyttelsen. Det er godt, at lovforslaget tager hånd om de realiteter, der er opstået som følge af en større udbredelse af fjernsalg, bl.a. forårsaget af den øgede handel på Internettet. Under førstebehandlingen af lovforslaget samt under udvalgsbehandlingen har Dansk Folkeparti stillet spørgsmål om, hvorvidt der er områder i lovforslaget, hvor forbrugerbeskyttelsen bliver ringere, end den er med den nuværende lovgivning. På baggrund af justitsministerens svar på spørgsmål herom bemærker Dansk Folkeparti, at partiet ikke håber, at det enkelte punkt, hvor der umiddelbart kan rejses spørgsmål om, hvorvidt lovforslaget medfører en forringelse for forbrugerne, vil få nogen reel betydning efter lovforslagets vedtagelse. Der henvises til spørgsmål nr. 1 og svar herpå, der er optrykt som bilag til betænkningen.

Herudover har Dansk Folkeparti en bekymring i forhold til, at EF-Domstolen er det forum, hvor tvister skal afgøres. Specielt når man ved, at Domstolen har et integrationsøjemed i sine afgørelser og ikke, som Dansk Folkeparti hellere havde set, et frihedsøjemed i forhold til de enkelte nationalstater og borgerne.

Ud fra en samlet vurdering kan Dansk Folkeparti dog støtte hovedlinjerne i lovforslaget, og under hensyn til ovennævnte bemærkninger indstiller Dansk Folkeparti derfor lovforslaget til vedtagelse.

Et *mindretal* (Det Konservative Folkepartis og Frihed 2000's medlemmer af udvalget) indstiller lovforslaget til *forkastelse* ved 3. behandling, men vil stemme for de stillede ændringsforslag.

Et flertal inden for mindretallet (Det Konservative Folkepartis medlemmer af udvalget) anfører følgende:

I følge regeringens erhvervsstrategi - dk21 - er det afgørende, hvis Danmark fortsat skal være et land med høj velstand og velfærd, at erhvervslivet forbedrer og fornyr sin konkurrenceevne. Det pointeres også, at det er et samfundsansvar at give virksomhederne det rette med- og modspil til at stå stærkere i den nye konkurrence. Der skal være en klar erhvervsstrategi, og nogle af de vigtigste områder at sætte ind over for er innovation, kompetence, risikovillighed og velfungerende markeder.

Den konkrete udmøntning af lovforslaget sætter ambitionen i dk21 på prøve. Afgørende for en handelstransaktion er reglerne for markedsføring og de køberetlige betingelser. Om implementeringen af de nye regler er vellykket, afgøres af, om resultatet giver gode rammer for det nye marked, der lige nu konkretiserer sig.

Helt overordnet er problemet med lovforslaget, at der på visse områder lægges op til en detaljeret implementering på et niveau, der er højere end i andre lande og i direktivet.

Lovforslaget indebærer, at der skal gives 14 dages fortrydelsesret til kunder, der indgår aftale via fjernkommunikation og i handelsforhold, der indgås uden for den erhvervsdrivendes faste forretningssted. De 14 dage, der lægges op til i lovforslaget, står i modsætning til direktivets formulering om 7 hverdage.

En sådan særregel vil være konkurrenceforvridende, omkostningsfyldt og medføre administrative byrder for danske virksomheder.

I den internationaliserede verden har det afgørende betydning, at danske virksomheder ikke skal agere efter strammere regler end virksomhederne i de lande, som der konkurreres med. Hertil kommer, at det er vigtigt, at der er tryk i de handelsforhold, der skabes. Forskellige regler inden for EU vil være med til at skabe forvirring og usikkerhed såvel i virksomhederne som hos forbrugerne.

På det nye marked er virksomhederne lige så interesserede i at udbygge og opretholde en god relation til kunderne, som kunderne er til virksomhederne. Virksomhederne er i stigende grad

bevidste om, at opretholdelsen af en god relation til kunderne er selve fundamentet for succes på markedet. Det indbefatter, at virksomheden selvfølgelig stadig gerne vil have lov til at gøre kunderne bevidste om de varer eller serviceydelser, som forhandles, men ikke i en grad og en form, der vækker irritation hos kunden – det vil bare virke modsat hensigten og give virksomheden et dårligt image.

I forhold til lovforslaget er det acceptabelt, at der indføres en »Robinsonliste«, men det er utilfredsstillende, at sammenhængen med kravet om et samtykkes mulige indhold om at kunne modtage markedsføringstilbud er så uklar. Helt konkret kan man forestille sig, at en forbruger har givet sit samtykke til at modtage tilbud på rejser til Bali. Forbrugeren har i den situation i øvrigt markeret sig på »Robinsonlisten«. Rejsebureauet finder nu ud af, at folk, der holder af Bali, typisk også finder det interessant at rejse til Vietnam. Fordi forbrugeren har markeret sig på »Robinsonlisten«, må rejsebureauet ikke engang spørge forbrugeren, om det også må sende tilbud på rejser til Vietnam.

Et andet problem med lovforslaget er, at det nu indfører et lovforbud på opt in-basis mod at kunne sende uanmodede e-mails.

Den kommende mærkningsordning for e-handel er et forbilledligt eksempel på, at detaljeregulering af forbrugerbeskyttelsen ikke i fremtiden bør hvile på lovregulering og offentlig kontrol. Derfor er det unødvendigt og ærgerligt, at lovgivningsmagten alligevel parallelt vil ind og lovgive herom. På trods af at virksomheder og forbrugere har forhandlet sig frem til en enighed om, hvorledes forbrugerbeskyttelsen på Internettet skal se ud.

Borgernes rettigheder sikres bedst i den ny internationale økonomi ved at skabe internationale løsninger. Når danskere i lighed med andre europæere i stadig stigende omfang spreder deres indkøb på tværs af landegrænser, opstår der et naturligt behov for at kende de rettigheder og pligter, som henholdsvis borgere og virksomheder har i forbindelse med det konkrete køb.

Det eneste, som til fulde kan tilgodese såvel forbrugernes som virksomhedernes ønsker, er en øget harmonisering i Europa af de køberetlige og aftaleretlige regler, som gælder ved grænseoverskridende handler. Målet skal være et samlet regelsæt, som kan fjerne aftaleparternes usikkerhed. Det er muligt, at den bedste løsning vil være

en fælleseuropæisk forbruger købelov, evt. i første omgang afgrænset til e-handel.

Ændringsforslag

Af *justitsministeren*, tiltrådt af *udvalget*:

Til § 1

1) I det under *nr. 6* foreslåede § 11 a, stk. 1, ændres »§ 11, stk. 2, nr. 1-6« til: »§ 11, stk. 1, nr. 1-6«.

Til § 5

2) *Stk. 1* udgår og i stedet indsættes:

»*Stk. 1.* Lovens § 1 træder i kraft den 1. juni 2000.

Stk. 2. Lovens § 2 træder i kraft den 1. juli 2000.

Stk. 3. Lovens § 3 træder i kraft den 1. juni 2000. For så vidt angår aftaler om kredit, der sikres ved pant i fast ejendom, træder bestemmelsen dog først i kraft den 8. februar 2001. 2. pkt. gælder ikke ved markedsføring af de pågældende aftaler, i det omfang kreditaftalelovens regler om beregning af årlige omkostninger i procent skal anvendes i forbindelse hermed.

Stk. 4. Justitsministeren fastsætter tidspunktet for ikrafttræden af lovens § 4.«

Stk. 2 og 3 bliver herefter stk. 5 og 6.

Bemærkninger

Til nr. 1

Ændringen er redaktionel.

Til nr. 2

Ændringsforslaget indebærer, at ikrafttrædelsen af lovforslagets § 2 om ændring af markedsføringsloven udskydes til den 1. juli 2000. Baggrunden for forslaget er, at den foreslåede ordning med »Robinsonlister« m.v. af tekniske grunde formentlig først kan være klar den 1. juli 2000.

Ændringsforslaget indebærer endvidere, at ikrafttrædelsen af lovforslagets § 3 om ændring af kreditaftalelovens regler om metoden til beregning af årlige omkostninger i procent udskydes til den 8. februar 2001, for så vidt angår realkreditlån og andre kreditaftaler, der sikres ved pant i fast ejendom. Ikrafttrædelsen vil med denne udskydelse ske samtidig med, at den såkaldte rentekonvention på obligationsmarkedet ændres.

Ved markedsføring af kreditaftaler skal der i medfør af regler i prismærkningslovgivningen i visse tilfælde (ved nogle beregningseksempler) gives oplysning om de årlige omkostninger i procent i overensstemmelse med kreditaftalelovens regler om beregningsmetoden. Efter ændringsforslaget skal de foreslåede ændringer af beregningsmetoden i disse tilfælde anvendes med virkning fra den 1. juni 2000, selv om der er tale om markedsføring af realkreditlån og andre kreditaftaler, der sikres ved pant i fast ejendom.

Dorte Bennedsen (S) Lissa Mathiasen (S) fmd. Per Kaalund (S) Else Marie Mortensen (S)

Jan Petersen (S) Anne Baastrup (SF) nfmd. Sonja Albrink (CD) Elisabeth Arnold (RV)

Søren Søndergaard (EL) Birthe Rønn Hornbech (V) Inge Dahl-Sørensen (V) Karen Rønde (V)

Tom Behnke (FRI) Helge Adam Møller (KF) Jens Heimbürger (KF) Peter Skaarup (DF)

Jann Sjursen (KRF)

Et af udvalgets spørgsmål til justitsministeren og dennes svar herpå

Spørgsmål nr. 1:

Kan ministeren garantere, at der ikke i medfør af lovforslaget vil være områder, hvor forbrugerbeskyttelsen bliver ringere, end den er i dag? I benægtende fald bedes det oplyst, hvilke områder der er tale om.

Svar:

Lovforslaget medfører samlet set en betydelig udvidelse af forbrugerbeskyttelsen, navnlig på grund af ændringerne af forbrugerftaleloven (lovforslagets § 1) og ændringen af markedsføringsloven (lovforslagets § 2).

De foreslåede ændringer i forbrugerftaleloven medfører bl.a. en væsentlig udvidelse af anvendelsesområdet for lovens regler om fjernsalg. Der indføres nye regler om en omfattende oplysningspligt for den erhvervsdrivende og om bl.a. frister for den erhvervsdrivendes opfyldelse af aftalen. Endvidere forlænges fortrydelsesfristen både ved fjernsalg og ved aftaler indgået uden for den erhvervsdrivendes faste forretningssted.

Med den foreslåede ændring af markedsføringsloven indføres der helt nye regler om beskyttelse af bl.a. forbrugerne mod uønsket markedsføring.

Lovforslagets regler om betingelserne for at fortryde en aftale om fjernsalg er på nogle punkter under hensyn til fjernsalgsdirektivet udformet teknisk anderledes end de gældende regler. Efter Justitsministeriets opfattelse vil disse ændringer ikke i praksis forringe forbrugerbeskyttelsen.

På et enkelt punkt kan der umiddelbart rejses spørgsmål om, hvorvidt forslaget medfører en forringelse for forbrugerne. Det gælder bestemmelserne om, at fortrydelsesfristen ikke begynder at løbe, før den erhvervsdrivende opfylder sin pligt til at give en række oplysninger på et varigt medium, dog således, at fortrydelsesretten ophører senest 3 måneder efter, at forbrugeren har modtaget varen m.v., henholdsvis har fået underretning om, at der er indgået en aftale (de

foreslåede §§ 12 a, stk. 1 og 2, og 12 b, stk. 1 og 2, i forbrugerftaleloven).

Efter den gældende lov er aftalen ikke bindende for forbrugeren, hvis den erhvervsdrivende ikke opfylder sin pligt til at fremsende skriftlig oplysning om fortrydelsesretten senest ved fremsendelsen af varen til forbrugeren eller - ved aftaler om avis- eller Falckabonnement m.v., som indgås ved en uanmodet telefonisk henvendelse - 3 dage efter den telefoniske bestilling.

Den foreslåede bestemmelse er baseret på fjernsalgsdirektivet og skal også ses i sammenhæng med, at lovforslaget som nævnt medfører en betydelig udvidelse af reglernes anvendelsesområde og af den erhvervsdrivendes oplysningspligt.

Som anført i lovforslagets bemærkninger vil det over for de erhvervsdrivende kunne fremstå som en meget hård regel, hvis der gælder en generel ugyldighedssanktion i ethvert tilfælde, hvor den foreslåede oplysningspligt ikke opfyldes fuldt ud. Samtidig ville det efter Justitsministeriets opfattelse være en upraktisk og unødigt kompliceret ordning, hvis der skulle gælde en 3-måneders frist i nogle tilfælde og ugyldighed i andre tilfælde - også fordi det i praksis ofte vil være hensigtsmæssigt for den erhvervsdrivende at give de foreskrevne oplysninger samlet.

Hertil kommer det væsentlige forhold, at de foreslåede regler næppe vil medføre betydelige ændringer i praksis. Det skyldes navnlig, at forbrugeren efter almindelige regler kan anses for at have givet afkald på at gøre en ugyldighedsindsigelse gældende ved passivitet gennem længere tid eller på anden måde - f.eks. ved at råde således over en vare, at den ikke kan tilbagegives i væsentlig samme stand.

Som anført i lovforslagets bemærkninger, vil den foreslåede 3-måneders frist for brug af fortrydelsesretten således i et vist omfang kunne medføre en klarere retsstilling i tilfælde, hvor forbrugeren har forholdt sig passiv.