

den i første række, at der også i situationer, hvor ingen uanmodet henvendelse har fundet sted, foreligger et særligt behov for at sikre forbrugerne den beskyttelse, som en fortrydelsesret vil give, når aftalen indgås uden for den erhvervsdrivendes butik eller forretningssted i øvrigt. Der er i disse tilfælde generelt større risiko for, at forbrugeren overtales eller presses til at indgå en aftale eller indgår en uovervejede aftale, end i de sædvanlige tilfælde, hvor aftalen indgås i den erhvervsdrivendes butik m. v. Kapitel 3 vil foruden de af Forbrugerkommissionen fremhævede „krosalg“ bl. a. omfatte kreditkøb på salgsudstillinger og messer og situationer, hvor salgsgeneraler m. v. opsøger forbrugeren på dennes bopæl efter først at have skaffet sig dennes tilladelse hertil. Der henvises i øvrigt til bemærkningerne til § 5, stk. 1.

4. Forbrugerkommissionen har endvidere foreslået, at der indføres en lovbestemt fortrydelsesret ved køb i postordreforretninger, jfr. betænkning III, s. 32 (rekommendation nr. 13). Regler herom er indeholdt i lovforslagets *kapitel 4* (§§ 10-13).

Det særlige behov for fortrydelsesret ved postordresalg beror på, at køberen ikke har haft lejlighed til at besigtige varen, og at han i almindelighed er henvist til at træffe sin beslutning om køb alene på grundlag af sælgerens oplysninger og beskrivelser. En fortrydelsesret vil navnlig have den betydning, at køberen kan træde tilbage fra aftalen, uden at det er nødvendigt for ham at gøre gældende, at der fra sælgerens side er fremsat urigtige eller vildledende oplysninger, eller at varen i øvrigt er mangelfuld.

Det må endvidere antages, at der ved postordreforretninger er et vist behov for at beskytte forbrugerne mod indgåelse af aftaler, der som følge af den lette og bekvemme måde, hvorpå aftalen indgås og opfyldes, ikke er tilstrækkeligt overvejede („impuls-køb“).

De fleste postordreforretninger indrømmer allerede i dag frivilligt deres kunder en fortrydelsesret. Dette overflødiggør imidlertid ikke en lovgivning herom. Netop fordi en fortrydelsesret er almindelig, forventer forbrugerne at have en sådan, og de vil derfor kunne blive ubehageligt overraskede, hvor en sådan ret undtagesesvis viser sig ikke at være indrømmet i sælgerens tilbudsmateriale. Hertil kommer, at der er behov for bestemmelser, som ikke i det enkelte tilfælde kan fraviges til skade for forbrugeren. Endelig er der behov for en nærmere regulering af fortrydelsesrettens indhold og udøvelse.

5. Spørgsmålet om indførelse af en generel regel om fortrydelsesret ved køb af løsøre, dvs. en regel,

som også omfatter køb i butik, har været overvejet i Forbrugerkommissionen, jfr. betænkning III, s. 28 ff. Et flertal af dennes medlemmer har ikke kunnet gå ind herfor, og justitsministeriet har derfor ikke ment at burde tage spørgsmålet op i forbindelse med dette lovforslag. Spørgsmålet om indførelse af fortrydelsesret ved afbetalingskøb og andre kreditkøb overvejes i justitsministeriets kreditkøbsudvalg, jfr. betænkning III, s. 31 f og 76 f.

6. Lovforslagets *kapitel 5* (§§ 14 og 15) har til formål at sikre forbrugerne en ufravigelig ret til at opsigse visse langvarige kontrakter med et rimeligt varsel. Bestemmelsen omfatter de såkaldte abonnementskontrakter, herunder kontrakter om sanitet-, gas- og el-service og om vagt- eller redningstjeneste, samt visse andre langvarige kontrakter. Efter § 14 skal forbrugeren altid 9 måneder efter aftalens indgåelse kunne opsigse kontrakten med 3 måneders varsel. Denne ret skal forbrugeren have, uanset under hvilke omstændigheder aftalen er indgået.

En regel af denne karakter er foreslået af Forbrugerkommissionen i betænkning III, s. 82 (rekommendation nr. 16).

Der er i forbindelse med abonnementskontrakter m. v. et særligt behov for beskyttelse af forbrugeren. Denne er ved indgåelsen af aftalen ofte ikke i stand til at vurdere værdien af den erhvervsdrivendes ydelse, dels i almindelighed, dels specielt for ham selv, og erfaringerne viser, at det i hvert fald for visse aftaletypers vedkommende ikke sjældent må konstateres, at værdien af ydelsen ikke står i rimeligt forhold til vederlaget. Det forekommer, at den erhvervsdrivendes ydelse må karakteriseres som nærmest værdiløs. Et væsentligt kritikpunkt mod abonnementskontrakterne har endvidere været, at de ofte binder forbrugeren for en meget lang periode efter aftalens indgåelse, og at de herefter kun kan opsiges på bestemte tidspunkter og med langt varsel.

Allerede efter gældende ret er der visse muligheder for at gribe ind over for bestemmelser i løbende kontrakter, som binder forbrugeren i en urimelig lang periode. Sådanne bestemmelser vil kunne tilsidesættes med hjemmel i generalklausulen i aftalelovens § 36. Endvidere vil anvendelsen af urimelige opsigelsesvilkår, navnlig i standardkontrakter, kunne forbydes i medfør af markedsføringsloven som værende i strid med god markedsføringskik.

Indførelse af et generelt forbud mod uanmodet henvendelse i erhvervsøjemed, som også omfatter henvendelse om abonnementskontrakter m. v., vil udgøre en væsentlig beskyttelse af forbrugerne på dette område, idet en betydelig del af de kritisable kontrakter netop er blevet tegnet i forbindelse med