

at varen ikke kan tilbagegives i væsentlig uforandret stand, træffes aftale om, at genstanden alligevel tages tilbage, men mod kompensation for værdiforringelsen.

Efter *stk. 2* har forbrugeren tilbageholdsret i den modtagne vare til sikring af kravet på tilbagebetaling af vederlaget, smlg. købelovens § 57.

Til § 10.

Med hensyn til baggrunden for forslaget om indførelse af fortrydelsesret ved postordresalg henvises til de almindelige bemærkninger under pkt. 4.

Stk. 1 indeholder en definition af begrebet postordresalg og afgrænser herved området for fortrydelsesretten.

Hvad arten af de omfattede aftaler angår, har man fundet det rigtigt at begrænse anvendelsesområdet til aftaler om køb af vare. Principielt kunne bestemmelserne om fortrydelsesret ved postordre også tænkes anvendt på andre aftaler end køb, eksempelvis hvor forbrugeren afgiver bestilling på et brevkursus, som er beskrevet i katalog eller annonce. En fortrydelsesret ville her betyde, at forbrugeren kunne træde tilbage fra aftalen, f. eks. fordi det først tilsendte undervisningsmateriale m. v. ikke svarede til hans forventninger. Nogen synderlig effektiv beskyttelse ville der dog næppe ligge heri, og ved de fleste andre løbende aftaler ville en særlig fortrydelsesret ved postordre formentlig være helt uden interesse, idet den erhvervsdrivendes ydelse i almindelighed først vil kunne bedømmes efter nogen tids forløb. For de løbende aftalers vedkommende er der derimod behov for en generel regulering af forbrugernes opsigelsesadgang, jfr. kapitel 5.

Bestemmelsen omfatter herefter heller ikke aftaler om tegning af abonnement på aviser, ugeblade og tidsskrifter eller på løbende bogudgivelser af ikke forud fastlagt omfang, smlg. § 5, stk. 2, nr. 2.

Med hensyn til begrebet „vare“ henvises til bemærkningerne til § 5, stk. 1.

Omfattet er kun aftaler, ifølge hvilke varen skal sendes til køberen. Det er ikke nogen forudsætning, at forsendelsen sker pr. post. Også tilfælde, hvor sælgeren bringer varen med egne transportmidler, vil være omfattet. Det er endvidere uden betydning, om varen skal sendes ud over eller inden for „pladsens grænser“, jfr. købelovens §§ 10 og 11.

Den nærmere definition af postordresalg giver anledning til nogen tvivl. Postordresalg er karakteriseret ved, at den erhvervsdrivende har tilbudt varen i katalog, brochure, annonce eller lignende materiale og samtidig har tilbudt at sende varen til køberen ved dennes skriftlige eller telefoniske bestilling. Et yderligere karakteristisk træk er, at

tilbudsmaterialet i reglen indeholder en bestillingsseddel, som forbrugeren kan anvende ved afgivelse af bestilling. Justitsministeriet har derfor overvejet, om man for at få et skarpt kriterium burde begrænse området for fortrydelsesretten til tilfælde, hvor der foreligger en skriftlig eller telefonisk bestilling af en vare, som er tilbudt i katalog m. v. indeholdende en bestillingsseddel. Man har imidlertid ikke anset dette formelle kriterium for hensigtsmæssigt, dels fordi det allerede i dag forekommer, at postordreforetagender ikke optager bestillingsseddel i deres tilbudsmateriale, dels fordi et sådant kriterium kunne tænkes at medføre, at virksomhederne i et vist omfang ville undlade at optage bestillingssedler for derved at komme uden om reglerne om fortrydelsesret.

Efter definitionen er det derfor tilstrækkeligt, at sælgeren i katalog, brochure, annonce eller lignende materiale har tilbudt at sende varen efter skriftlig eller telefonisk bestilling. Herefter omfatter begrebet postordresalg også tilfælde, hvor en handlende over for en lokal kundekreds, f. eks. i en lokalavis eller i omdelt reklamemateriale, tilbyder at bringe varerne ud efter telefonisk bestilling. Efter sædvanlig sprogbrug betegnes sådanne tilfælde ikke som postordresalg, men man har ikke fundet det muligt at opstille en holdbar sondring på grundlag af, om varerne tilbydes sendt inden for et større eller mindre geografisk område. I stedet har man søgt at opnå en rimelig begrænsning i reglerens anvendelsesområde ved at undtage køb af varer til forbrug i husholdningen, jfr. stk. 3.

Indeholder tilbudsmaterialet ingen bestillingsseddel, vil der kun foreligge postordresalg, såfremt det på anden måde fremgår af materialet, at varen tilbydes sendt ved skriftlig eller telefonisk bestilling. At virksomheden har anført adresse og telefonnummer, vil i almindelighed ikke være tilstrækkeligt i denne henseende.

Indeholder tilbudsmaterialet en bestillingsseddel, vil der foreligge postordresalg, selv om køberen i det konkrete tilfælde ikke har anvendt denne, men på anden måde afgivet skriftlig bestilling eller har bestilt varerne telefonisk. Det er ikke ualmindeligt, at postordrefirmaerne i tilbudsmaterialet giver forbrugeren valget mellem enten at anvende bestillingssedlen eller at bestille telefonisk.

I tilfælde, hvor køberen afgiver bestilling uden anvendelse af bestillingsseddel, er det ingen betingelse, at han ved bestillingen henviser til det pågældende tilbudsmateriale.

Det sidste led i definitionen er, at køberen faktisk skal have afgivet sin bestilling skriftligt eller telefonisk. Der foreligger således ikke postordresalg, så-