

Til lovforslag nr. L 220. Betænkning afgivet af Retsudvalget den 18. maj 2004

Betænkning

over

Forslag til lov om visse forbrugeraftaler og om ændring af lov om forsikringsaftaler og lov om beskatningen af pensionsordninger m.v.

[af justitsministeren (Lene Espersen)]

1. Ændringsforslag

Justitsministeren har stillet 3 ændringsforslag til lovforslaget.

2. Udvalgsarbejdet

Lovforslaget blev fremsat den 31. marts 2004 og var til 1. behandling den 15. april 2004. Lovforslaget blev efter 1. behandling henvist til behandling i Retsudvalget.

Møder

Udvalget har behandlet lovforslaget i 3 møder.

Høring

Lovforslaget bygger på betænkning nr. 1440/2004 om revision af forbrugeraftaleloven. Betænkningen har været sendt i høring, og den 2. april 2004 sendte justitsministeren de indkomne høringssvar samt et notat herom til udvalget.

Skriftlige henvendelser

Udvalget har i forbindelse med udvalgsarbejdet modtaget skriftlige henvendelser fra:

Michael Andersen, Viby,
Bertmark A/S Danmark,
Finansrådet og
IT-Brancheforeningen.

Justitsministeren har over for udvalget kommenteret de skriftlige henvendelser til udvalget.

Deputationer

Endvidere har følgende mundtligt over for udvalget redegjort for deres holdning til lovforslaget:

Bertmark A/S Danmark og
IT-Brancheforeningen.

Spørgsmål

Udvalget har stillet 8 spørgsmål til justitsministeren til skriftlig besvarelse, som denne har besvaret. Et af udvalgets spørgsmål til justitsministeren og dennes besvarelse heraf er optrykt som bilag til betænkningen.

3. Indstillinger og politiske bemærkninger

Fortrydelsesretten i forhold til digitale produkter, der bestilles og leveres via en mobiltelefon

IT-Brancheforeningen har skriftligt og i et foretræde for udvalget gjort opmærksom på, at den foreslåede regulering af fortrydelsesretten er problematisk i forhold til digitale produkter, der bestilles og leveres via en mobiltelefon. Som løsningsmodel foreslår IT-Brancheforeningen, at leverandøren sørger for inden aftalens indgåelse at få forbrugerens samtykke til, at fortrydelsesretten bortfalder ved leveringen, og at forbrugers samtykke bør kunne indhentes ved, at det i markedsføringsmaterialet – f.eks. en papirannonce eller en annonce på internettet – anføres, at når forbrugeren sender en SMS-besked for at