

F. t. l. vedr. forbrugeraftaler.

riseret 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 bestillings-seddel, 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 sontring 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 sælgerens tilbudsmateriale 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 forbrugerne valget mellem enten at anvende bestillingssedlen eller at bestille telefonisk.

I tilfælde, hvor køberen afgiver bestilling uden anvendelse af bestillingsseddel, er det ingen betin-

gelse, 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, såfremt køberen efter at have set varen i sælgerens katalog m. v. bestiller denne ved personlig henvendelse i sælgerens forretning.

Det er forudsat, at der ikke foreligger postordresalg i tilfælde, hvor medlemmer af en bogklub bestiller bøger hos denne på grundlag af katalog m. v. udsendt af bogklubben som led i aftalen om medlemskab.

I *stk. 3* gøres der undtagelser fra fortrydelsesretten ved postordresalg.

Det kan også ved postordresalg tænkes, at varen skal fremstilles eller tilpasses efter køberens individuelle behov, selv om dette næppe er særlig praktisk. I nr. 1 undtages disse tilfælde, jfr. bemærkningerne til § 5, *stk. 3*, nr. 1.

Undtagelsen i nr. 2 for levnedsmidler og andre varer til forbrug i husholdningen foreslås af flere grunde. Behovet for fortrydelsesret er næppe stort ved varer af denne type, hvorfor pligten til at afgive skriftlig oplysning om fortrydelsesretten, jfr. § 13, let ville få karakter af en unødig formalitet. Endvidere ville køberen alligevel ofte være afskåret fra at gøre fortrydelsesretten gældende på grund af kravet om, at varen skal tilbagegives til sælgeren på dennes forretningssted i væsentlig samme stand og mængde. Ved at undtage disse varer opnår man endelig at holde de fleste tilfælde, hvor en handlende blot har reklameret med udbringning af varer inden for sit lokale område, uden for reglerne om fortrydelsesret.

Undtagelsen for levnedsmidler indebærer, at fortrydelsesretten ikke omfatter postordresalg af dybfrosne fødevarer.

„Andre varer til forbrug i husholdningen“ omfatter eksempelvis brændsel og fyringsolie, rengøringsmidler, affaldsposer, kaffefiltre, toilet-papir og papirservietter. Undtagelsen bygger på en sontring mellem varer, som *forbruges* i husholdningen, og varer, som *bruges* i husholdningen. Den sidstnævnte kategori af varer, f. eks. køkken- og haveredskaber, er ikke undtaget fra fortrydelsesretten. Undtagelsen omfatter kun husholdningsvarer, og tøj er derfor ikke undtaget, uanset om det måtte være bestemt til eengangsbrug.

Til § 11.

§§ 11 og 12 indeholder bestemmelser om, hvorledes fortrydelsesretten gøres gældende ved postordresalg, og om aftalens afvikling i øvrigt. Som an-