



Folketingets Retsudvalg
Christiansborg
1240 København K

24-03-2009

Dok. 76488/msa

Vedrørende L 97 om ændring af lov om visse forbrugeraftaler

Forbrugerombudsmanden og Forbrugerrådet skal hermed anmode om foretræde for Retsudvalget i forbindelse med udvalgets behandling af justitsministerens lovforslag L97 om ændring af lov om visse forbrugeraftaler (bindingsperiode og opsigelsesvarsel i løbende forbrugerkontrakter).

Ønsket skal ses på baggrund af justitsministerens besvarelse af spørgsmål nr. 18 ved udvalgsbehandlingen af lovforslaget, hvor ministeren har tilkendegivet, at han agter at fremsætte et ændringsforslag, hvorefter loven først skal træde i kraft på tv-området ved udgangen af 2011.

Indledningsvist skal det bemærkes, at Forbrugerombudsmanden og Forbrugerrådet generelt er meget positive over for den foreslåede ændring af forbrugeraftaleloven, idet lovforslaget vil være med til at sikre en væsentlig styrkelse af forbrugerbeskyttelsen.

Forbrugerombudsmanden og Forbrugerrådet er dog meget bekymrede for konsekvenserne af indførelsen af en undtagelsesbestemmelse for så vidt angår tv-området, der vil betyde, at lovændringen først træder i kraft om mere end 2 ½ år.

Baggrunden herfor er følgende:

1. Tv-området er et af de områder, hvor Forbrugerombudsmanden og Forbrugerrådet modtager mange henvendelser fra forbrugere om lange bindingsperioder og opsigelsesvarsler, idet aftalerne typisk har en bindingsperiode på 12 måneder og først herefter kan opsiges med 3 måneders varsel. Det vil sige, at der kan gå helt op til 15 måneder, før forbrugeren kan komme ud af aftalen, hvis han eller hun eksempelvis har fundet et billigere tilbud.

Derudover er tv-området et af de områder, hvor Forbrugerombudsmanden og Forbrugerrådet generelt også har modtaget rigtig mange henvendelser. Det er bl.a. vedrørende urimelige aftalevilkår, såsom at en aftale kun kan opsiges med ganske bestemte og mere besværlige kommunikationsformer. Det er henvendelser vedrørende vildledende priser, såsom at det i en tv-reklame fra en udbyder på tv-området kun med meget lille skrift blev anført, at der var en

bindingsperiode på 12 måneder knyttet til abonnementet, samt at prisen ikke kun var kr. 10 + kr. 89 pr. måned, selvom dette var hovedbudskabet i reklamen, jf. Radio- og Tv-nævnets afgørelse af 7. februar 2008, og endelig kan det fremhæves, at Sø- og Handelsretten den 15. juni 2005 afsagde dom i en sag, der vedrørte det forhold, at en udbyder automatisk forlængede bindingsperioder, hvis forbrugeren ikke nåede at reagere inden en bestemt tidsfrist. Det fremgik ligeledes af dommen, at domstolene er meget tilbageholdende med at indfortolke krav om rimelige opsigelsesvarsler og bindingsperioder, når lovgiver ikke har vedtaget klare regler på området.

Tv-området er derfor efter vores opfattelse netop et af de områder, hvor der er et særligt behov for at indføre de skrapere regler, der foreslås med L97.

2. Tv-udbyderne har i deres henvendelse til Retsudvalget den 24. februar 2009 (L97 – bilag 7) anført, at digitaliseringen medfører et behov for, at flere forbrugere investerer i nyt udstyr, samt at en forlængelse af bindingsperioderne vil medføre, at de kan stille det nødvendige udstyr til rådighed for forbrugeren uden beregning. Digitaliseringen skulle således angiveligt blive dyrere for forbrugeren, hvis bindingsperioden maksimalt fastsættes til 6 måneder.

Dette synspunkt er Forbrugerombudsmanden og Forbrugerrådet ikke enige i.

Det er almindelig praksis inden for tv-området, at det i markedsføringsmateriale oplyses, at udstyret følger med uden betaling, og at selskabet får dækket udgifterne til udstyret gennem abonnementsprisen i den periode, hvor forbrugeren er bundet til kontrakten.

Dette er også baggrunden for, at Forbrugerombudsmanden har stillet krav om, at den samlede mindsteudgift for abonnenter oplyses i markedsføringsmaterialet for at sikre gennemsigtighed, jf. markedsføringslovens § 3 (forbuddet mod vildledning) og 13 (pligten til at oplyse totalpriser, herunder navnlig mindsteprisen i bindingsperioden).

Det er derfor efter Forbrugerombudsmandens og Forbrugerrådets opfattelse ikke retvisende, når tv-udbyderne anfører, at det er muligt at stille udstyret til rådighed uden beregning. Forbrugeren kommer reelt til at betale for udstyret via den månedlige abonnementspris i bindingsperioden.

I den forbindelse bemærkes det, at tv-udbyderne allerede i dag markedsfører digitale tv-pakker, der tager højde for overgangen til digitale signaler i efteråret 2009, i et prisleje i størrelsesordenen kr. 2.500 som mindstepris i bindingsperioden. Et sådan prisniveau kendes også fra mobiltelefonområdet, hvor man fint lever med maksimale bindingsperioder på 6 måneder, uden at det hæmmer den teknologiske udvikling eller markedsføring af nye produkter.

Hertil kommer, at de oplyste forventede udgifter til udstyr i 2011 formentlig er overdrevet. Prisen på udstyret, der er nødvendigt for at skifte til MPEG 4 teknologien ved udgangen af 2011, ligger på nuværende tidspunkt på kr. 700 –

1.500. Prisen må dog forventes at falde til et væsentligt lavere prisniveau i takt med at teknologien udvikles. Dette er i øvrigt også bekræftet af tv-udbydernes egen brancheorganisation, Brancheforum Digitale Medier, i medierne.

Prisen på udstyret kan derfor efter vores opfattelse ikke bruges som et argument for at indføre en undtagelsesbestemmelse.

I relation hertil kan det endvidere tilføjes, at det er et selvstændigt problem, at i modsætning til, hvad der gør sig gældende på mobil-markedet, hvor mobiltelefoner kan købes med tilskud og med 6 måneders binding, er den boks, som forbrugeren sidder tilbage med på tv-markedet efter 12 måneder, reelt uden værdi, hvis han eller hun vælger at skifte udbyder.

Med den foreslåede overgangsbestemmelse overvælttes hele risikoen ved indgåelse af en aftale med tv-udbyderen således på forbrugeren. Det øjeblik aftalen er indgået, er selskabet garanteret at få sine penge, og forbrugeren er forpligtet til at skulle betale i 12 måneder, uanset om produktet/tjenesten viser sig ikke at svare til forbrugernes forventninger.

3. Hvis der indføres en undtagelsesbestemmelse, vil dette derudover udskyde og mindske konkurrencen på tv-området. Det er uheldigt navnlig i lyset af, at en ny udbyder er på vej ind på markedet, og at det må forventes at skabe øget konkurrence og i sidste ende gavne forbrugerne.

Indførelsen af en undtagelsesbestemmelse vil desuden efter vores opfattelse skabe et ulige konkurrenceforhold mellem udbydere af digitalt bredbånds tv og digitalt antenne tv. De selskaber, der udbyder bredbånds tv, vil nemlig, jf. bekendtgørelsen nr. 714 af 26. juni 2008 om udbud af elektroniske kommunikationsnet og – tjenester, på nuværende tidspunkt maksimalt kunne binde forbrugerne i 6 måneder. Det fremgår således af en annonsekampagne i flere landsdækkende aviser, at forbrugerne i øjeblikket tilbydes en løsning via bredbånd, der indeholder både telefoni, internet og digitalt tv med en bindingsperiode på 6 måneder til under kr. 2.500.

Indførelsen af en undtagelsesbestemmelse vil således betyde, at der sker en positiv forskelsbehandling af udbydere af digitalt antenne eller parabol tv på bekostning af andre innovative teknologier.

4. Endelig kan det tilføjes, at det ved udbuddet af det digitale sendenet var alle bydere bekendt, at der forelå et udkast til lovforslag om ændring af forbrugeraftaleloven, således at alle løbende forbrugerkontrakter ville blive omfattet af en 6 måneders bindingsperiode. Dels blev det allerede ved afgivelsen af betænkningen i 2004 oplyst, at man overvejede at indføre en generel regel, men at man ville afvente nærmere undersøgelser samt overvejelser, dels sendte Justitsministeriet i oktober 2007 et udkast til det nu fremsatte lovforslag i høring hos branchen samt flere af de pågældende selskaber.

Forbrugerombudsmanden og Forbrugerrådet mener derfor heller ikke, at der på den baggrund er grundlag for at indføre en undtagelsesbestemmelse.

Afslutningsvist kan det bemærkes, at Forbrugerombudsmanden og Forbrugerrådet har forståelse for, at man ønsker at sikre en succesfuld digitalisering, men vi mener ikke, at det er nødvendigt at indføre en undtagelsesbestemmelse for at opnå dette. Indførelsen af en undtagelsesbestemmelse vil i sidste ende alene forringe forholdene for forbrugerne og virke skadelig på konkurrencen.

Vi ser frem til under et foretræde at få mulighed for at uddybe ovenstående bemærkninger, således at Retsudvalget kan træffe afgørelse på et fyldestgørende grundlag.

Kopi af nærværende brev er sendt til orientering til Justitsministeriet, Kulturministeriet og Økonomi- og Erhvervsministeriet.

Med venlig hilsen



Henrik Øe

Forbrugerombudsmand



Vagn Jelsø

Afdelingschef i Forbrugerrådet