

**Ministeren for videnskab, teknologi og udvikling**

Udvalget for Videnskab og Teknologi  
Folketinget  
Christiansborg  
1240 København K

Hermed fremsendes i 5 eksemplarer svar på spørgsmål nr. 10 (Alm. del) stillet af Udvalget for Videnskab og Teknologi den 27. januar 2006.

Med venlig hilsen

Helge Sander

**Ministeriet for Videnskab,  
Teknologi og Udvikling**

Bredgade 43

1260 København K

Telefon 3392 9700

Telefax 3332 3501

E-post vt@vtu.dk

Netsted www.vtu.dk

CVR-nr. 1680 5408

**Spørgsmål nr. 10 stillet af Udvalget for Videnskab og Teknologi den 27. januar 2006 til Ministeren for videnskab, teknologi og udvikling (Alm. del)**

**Spørgsmål 10**

Inden for hvilke produktgrupper findes der i dag bindingsperioder, og hvad er de lovgivningsmæssige regler herfor?

**Svar:**

Bindingsperioder er først og fremmest civilretligt reguleret, men kan også rammes af markedsføringslovens regler, der hører under Forbrugerombudsmandens kompetence. Jeg har derfor til brug for besvarelsen indhentet følgende bidrag fra Forbrugerombudsmanden:

”Der er efter de generelle regler mulighed for at have bindingsperioder på flere forskellige produktområder.

I flere brancher er det almindeligt at indgå kontrakter med forbrugere, som løber i en vis periode uden at kunne opsiges. Det gælder for eksempel områder som teletjenester, satellit-TV, leje af løsøre som hvidevarer, radio og fjernsynsudstyr m.v., forsikringsaftaler og aftaler med fitnesscentre.

De fleste af disse områder er reguleret af den almindelige aftaleret samt markedsføringslovens § 1 om god markedsføringsskik.

For enkelte typer af kontraktforhold er bindingsperiodens længde særskilt reguleret. Det gælder for eksempel på teleområdet, hvor den maksimale bindingsperiode er på 6 måneder. Desuden er visse aftaler om løbende tjenesteydelser reguleret i forbrugeraftalelovens § 25. Her gælder der maksimale bindingsperioder på enten 6 eller 12 måneder.

Aftalevilkår om længere bindingsperioder kan i nogle tilfælde tilsidesættes som urimelige i medfør af aftalelovens § 38 c, jf. § 36. Forbrugerklagenævnet har i flere tilfælde konkret nedsat sådanne bindingsperioder. Vilkår, der er i strid med aftalelovens regler, vil almindeligvis også være i strid med god markedsføringsskik, jf. markedsføringslovens § 1, og der kan nedlægges forbud mod anvendelsen heraf.”

Jeg kan henholde mig til Forbrugerombudsmandens udtalelse.