



Folketingets Lovsekretariat

ERHVERVS MINISTEREN

4. juni 2020

**Besvarelse af spørgsmål 2 ad L 123 stillet af udvalget den 26. maj 2020 efter ønske fra Mona Juul (KF).**

ERHVERVS MINISTERIET

Slotsholmsgade 10-12  
1216 København K

**Spørgsmål:**

Er det muligt at etablere en ordning, hvor en 5-årig forældelsesfrist alene kommer til at omfatte produkter, hvor der er en særlig risiko, og hvor det samtidig har stor økonomisk betydning for forbrugerne, således at løbende kontraktforhold på bl.a. tele- og mobilmarkedet - hvor der lovedes en varig pris, men hvor markederne løbende udvikler sig, samtidig med at der er tale om omkostninger af mindre økonomisk betydning for den enkelte forbruger, kan forblive underlagt en 2-årig forældelsesfrist?

Tlf. 33 92 33 50  
Fax. 33 12 37 78  
CVR-nr. 10092485  
EAN nr. 5798000026001  
em@em.dk  
www.em.dk

**Svar:**

Det vil være muligt at indrette lovforslaget, så det ikke omfatter løbende kontraktforhold på tele- og mobilmarkedet. Lovforslaget fokuserer imidlertid på de markeder, hvor der har været problemer med vildledende markedsføring, som først har vist sig efter den 2-årige forældelsesfrists udløb, og som Forbrugerombudsmanden derfor ikke har kunnet håndhæve. Det er de områder, hvor regeringen med lovforslaget foreslår at fravige straffelovens 2-årige forældelsesfrist.

Et af områderne har været mobilabonnementer. På dette område har der været en række sager, hvor Forbrugerombudsmanden vurderede, at en erhvervsdrivendes markedsføring af en pris kunne give anledning til, at forbrugerne havde en berettiget forventning om, at prisen ikke ville blive hævet. Derfor var markedsføringen vildledende, men det har ikke været muligt at håndhæve dette, fordi prisen først blev hævet efter forældelsesfristens udløb. Ved at udelade løbende kontraktforhold af lovforslaget, vil Forbrugerombudsmanden fortsat være afskåret fra at håndhæve denne type sager. Det, mener regeringen ikke, er hensigtsmæssigt.

Lovforslaget forlænger derfor forældelsesfristen i sager om markedsføring af løbende kontraktforhold, hvor der angives varige priser, så som ”priser for altid” eller lignende, der er egnet til at give forbrugeren en berettiget forventning om, at prisen ikke vil blive ændret. Det gælder også selvom det af aftalevilkårene samtidig skulle fremgå, at den erhvervsdrivende har mulighed herfor.

Lovforslaget har ikke til formål at forhindre, at en erhvervsdrivende kan hæve prisen. Formålet er at give Forbrugerombudsmanden bedre håndhævelsesmuligheder i sager, hvor den erhvervsdrivendes markedsføring er egnet til at vildlede om prisens bestandighed.

Det er regeringens vurdering, at en længere forældelsesfrist vil have en præventiv effekt, så erhvervsdrivende nøje overvejer eksempelvis markedsføring af ”varige priser” i de situationer, hvor de ikke kan være sikre på, at prisen kan holde det markedsførte niveau. Hvis en erhvervsdrivende vil være på den sikre side, kan den erhvervsdrivende undlade at markedsføre sig med angivelse af varige priser, som giver indtryk af, at prisen ikke vil kunne ændres.

Det er regeringens vurdering, at lovforslagets anvendelsesområde svarer til de områder, hvor der har vist sig problemer med den 2-årige forældelsesfrist.

Med venlig hilsen

Simon Kollerup