

## Forslag

til

### Lov om ændring i lov om uretmæssig konkurrence og varebetegnelse.

Fremsat den 9. februar 1965 af *Gunhild Due, Morten Lange, Aksel Larsen og Skråppenborg-Nielsen.*

#### § 1.

I lov om uretmæssig konkurrence og varebetegnelse, jfr. lovbekendtgørelse nr. 145 af 1. maj 1959, foretages følgende ændringer:

**1.** I § 12 indføres som nyt stykke efter stk. 2:

„Bortlodning i reklameøjemed er forbudt. Dette gælder, selv om der af deltagerne i lodtrækningen ikke præsteres indskud, og selv om deltagelse i bortlodningen ikke er betinget af køb af varer hos arrangøren af bortlodningen eller er betinget af løsning af en opgave.“

**2.** § 17, stk. 1, 1. og 2. punktum, affattes således:

„Strafforfølgning foretages af det offentlige for overtrædelse af lovens § 3, § 4, § 12, stk. 3, § 13 og § 16. For overtrædelse af lovens § 1, jfr. § 2, §§ 5-7, jfr. § 8, § 12, stk. 1 og 2, og § 14 kan forfølgning begæres af sådanne foreninger og sammenslutninger, som handelsministeren dertil måtte bemyndige; dog kan overtrædelse af bestemmelserne i § 1, jfr. § 2, for så vidt angår levned- og nydelsesmidler, altid påtales af det offentlige.“

#### § 2.

Denne lov træder i kraft den .....

### *Bemærkninger til lovforslaget.*

Den 11. marts 1958 fremsatte handelsministeren forslag til lov om ændring i lov om uretmæssig konkurrence og varebetegnelse. Lovforslaget indeholdt bl. a. en bestemmelse om forbud mod bortlodning i reklameøjemed samt en dertil hørende bestemmelse om, at overtrædelse af forbuddet skulle være undergivet offentlig påtale.

Lovforslaget blev imidlertid ikke færdigbehandlet inden folketingsårets udløb, og i det af handelsministeren i 1958-59 genfremsatte forslag var de omhandlede bestemmelser udeladt.

I hovedprincippet svarer det nu fremsatte for-

slag til de således udeladte bestemmelser. Der er dog ikke medtaget en bestemmelse om, at dag- og ugeblade samt tidsskrifter skal være berettigede til til fremme af udbredelsen af foranstaltede bortlodninger i forbindelse med præmiekonkurrencer og lignende. Dels viser erfaringerne, at sådanne præmiekonkurrencer er af en sværhedsgrad, så man næppe finder nogen, der ikke vil kunne løse de stillede opgaver, dels finder man ikke, at dag- og ugeblade samt tidsskrifter bør stilles anderledes end andre forretningsvirksomheder.