

F. t. konkurrencelov.

heden og domstolene. Københavns politi har således anslået, at ophævelsen af den gældende konkurrencelovs § 5 (udsalg) og § 12 (tilgift) vil medføre en nedgang på ca. 140 sager af ca. 160 konkurrencelovsager årlig.

Bemærkninger til lovforslagets enkelte bestemmelser.

Til § 1. Generalklausul.

Bestemmelsen, hvorefter der i erhvervsvirksomhed ikke må foretages handlinger, der strider mod god forretningsskik, træder i stedet for den gældende konkurrencelovs § 15. Den ny bestemmelse er omhandlet i betænkningens kap. 4.

Ved den nye formulering er der ikke tilsigtet nogen realitetsændring i forhold til gældende ret, men blot en ny sproglig udformning af bestemmelsen.

Medens den gældende lovs § 15 omhandler „i erhvervsøjemed foretagne handlinger“, har man valgt at betegne de handlinger, som omfattes af udkastet, som handlinger foretaget „i erhvervsvirksomhed“. Det har herved været hensigten at fremhæve, at de retsstridige handlinger ikke behøver at have noget snævert erhvervs-mæssigt formål som f. eks. opnåelse af en fortjeneste for den enkelte erhvervsdrivende, og dette findes bedst at kunne udtrykkes ved ordene „i erhvervsvirksomhed“ fremfor ordene „i erhvervsøjemed“.

Udvalget har i sit udkast bevaret begrebet „redelig forretningsskik“. Enkelte organisationer har imidlertid foreslået, at ordet „redelig“ udgår og erstattes af ordet „god“ ud fra ønsket om et mere nutidigt ordvalg. Der er heller ikke ved denne ændring tilsigtet nogen realitetsændring.

Efter den gældende lovs § 15, stk. 1, kan handlinger, der strider mod redelig forretningsskik, medføre erstatningsansvar og forbydes ved dom. I udkastet er generalklausulen formuleret som en almindelig forbudsnorm, og de civile retlige sanktioner erstatning og forbud kan anvendes over for de retsstridige handlinger. Der henvises i øvrigt herom til betænkningens afsnit 150. Det er fundet overflødigt at gentage bestemmelsen i den gældende lovs § 15, hvorefter handlinger stridende mod generalklausulen er forbudt, „selv om de ikke omfattes af lovens øvrige bestemmelser“.

Til § 2. Vildledende reklame m. v.

Som der nærmere er redegjort for i betænkningens kap. 7, skal forslaget § 2 træde i stedet for den gældende konkurrencelovs § 1 og § 10.

Det er fundet hensigtsmæssigt, at forbudet mod at anvende urigtige eller vildledende angivelser i konkurrencen sammenfattes i en enkelt bestemmelse, der omfatter såvel angivelser om egne som

om andres forhold, og lade angivelsernes retsstridighed bestemme henholdsvis af deres egnethed til at påvirke dem, til hvem angivelserne er rettet, eller af deres egnethed til at fremme eller skade nogens erhvervsvirksomhed.

Herudover foreslås i forslaget § 2 et forbud mod anvendelse af angivelser, som på grund af deres form, eller fordi de angår uvedkommende forhold, er utilbørlige over for andre erhvervsdrivende.

Endelig er det i forslaget § 3 foreslået at gøre såvel erhvervsdrivendes personale som erhvervs- og forbrugersammenslutninger ansvarlige for overtrædelse af bestemmelserne i stk. 1 og stk. 2.

Til stk. 1.

Bestemmelsen forbyder erhvervsdrivende at anvende urigtige eller vildledende angivelser, der er egnet til at påvirke efterspørgselen efter varer eller arbejds- og tjenesteydelser, eller som på anden måde er egnet til at fremme eller skade nogens erhvervsvirksomhed.

Forbudet mod at anvende urigtige eller vildledende angivelser omfatter alle, der som erhvervsdrivende deltager i vareomsætningen, eller som udfører arbejds- og tjenesteydelser. Bestemmelsens anvendelse er ikke knyttet til noget bestemt led i omsætningen, således som det er tilfældet med den gældende konkurrencelovs § 1, der efter sin formulering nærmest finder anvendelse på detailomsætningen. Bestemmelsen kan anvendes i alle forhold mellem erhvervsdrivende indbyrdes og mellem erhvervsdrivende og forbrugere. Forbudet mod vildledende reklame gælder derfor også reklamebureauer m. v., der udformer reklame for andre erhvervsdrivende, samt den erhvervs-mæssige kreditoplysningsvirksomhed. Enkelte organisationer, bl. a. Dansk Salgs- og Reklameforbund, Dansk Forening for Industriel Retsbeskyttelse og Danske Patentagenters Forening, har kritiseret, at der således pålægges reklamebureauer et selvstændigt ansvar. Dette anses imidlertid for nødvendigt til imødegåelse af f. eks. reklamefremstød, der iværksættes fra udlandet gennem et dansk bureau. Det bemærkes i denne forbindelse, at bestemmelserne i § 4 i lov om apotekervæsenet (lovbekendtgørelse nr. 248 af 2. juli 1962) om reklamering for lægemidler også pålægger reklamebureauer et selvstændigt ansvar.

Det må dog fremhæves, at strafansvar kun kan gøres gældende, hvis de sædvanlige subjektive betingelser for ansvaret er opfyldt, d. v. s. at f. eks. reklamebureauer og kreditoplysningsvirksomheder kun kan blive ansvarlige, hvis de vidste eller burde vide, at forholdet var i strid med loven.

Om ansvar for annoncer i periodiske skrifter, der