

Bemærkninger til lovforslaget

Almindelige bemærkninger

1. Indledning

Med udgangspunkt i Betænkning nr. 1236 med titlen »Ny markedsføringslov« fremsatte den daværende regering den 21. oktober 1992 forslag til ny markedsføringslov. Da Regeringen ved sin tiltrædelse ønskede at styrke forbrugerbeskyttelsesaspektet blev forslaget ikke fremmet, men blev i stedet underkastet en fornyet vurdering. Det samtidigt hermed fremsatte forslag til ændring af lov om mærkning og skiltning med pris mv. indebærer, at kravene til oplysningspligten ved organiseret rabat skærpes.

2. De materielle regler

Generalklausulen i lovens § 1 har hidtil været og bør fortsat være lovens helt centrale regel. Reglen giver mulighed for at tilpasse markedsføringsreguleringen til de til enhver tid værende behov.

Der er dog herudover behov for forskellige specialforbud, som kan sikre en effektiv håndhævelse af specifikke områder.

Forslaget indeholder i relation til de materielle regler følgende væsentlige elementer:

- Forbudet mod at stille en garanti i udsigt over for forbrugere betinges af et væsentlighedskriterium.
- Forbudet mod tilgift opretholdes.
- Muligheden for at omgå tilgiftsforbudet via samarbejde med luftfartsselskaber forhindres.
- Mulighederne for at give rabatydelser via kuponer eller lignende forbydes i visse tilfælde.
- Forbudet mod afholdelse af lodtrækningskonkurrencer begrænses til tilfælde, hvor deltagelse i konkurrencen betinges ved køb. De nuværende konkurrencer i TV kan fortsætte.

§ 8a i den gældende lov foreslås ophævet, da der ikke længere er behov for bestemmelsen. Bestemmelsen blev indsat i loven i 1986 og indgik i en række lovtiltag med det overordnede formål at fremme opsparingen og nedbringende gældsætningen.

§ 11 i den gældende lov foreslås ligeledes ophævet, idet bestemmelsen i 1. pkt er problematisk i forhold til EØF-traktatens art. 30, og indholdet af 2.

pkt. allerede er dækket af § 1. Et behov for kvalificeret, strafferetlig beskyttelse af kongefamilien falder uden for rammerne af markedsføringsloven og bør i givet fald varetages af straffeloven, jf. dennes § 132.

3. Tilsyns- og sanktionsbestemmelser

Overtrædelse af den gældende lov kan imødegås med forbud, påbud, erstatning og straf. Adgangen til at give påbud er efter lovtæksten ganske snæver. Adgangen til at kræve erstatning er ikke nævnt i loven.

De væsentligste ændringer af tilsyns- og sanktionsbestemmelserne er følgende:

Forbrugerombudsmanden skal fortsat have en adgang til at kræve retsforfølgning i tilfælde af overtrædelser af loven. Et tidligere fremsat ønske om, at Forbrugerombudsmanden først skal udstede en henstilling vil virke hæmmende på effektiviteten af retsforfølgningen, idet den erhvervsdrivende på denne måde kunne få adgang til at begå ulovlige handlinger mindst én gang, før der ville kunne gribes ind heroverfor.

Der tilstræbes yderligere opmærksomhed om behovet for skærpet strafniveau for overtrædelse af markedsføringsloven. Det præciseres i bemærkningerne, at bødestørrelserne bør sættes i forhold til den fortjeneste, som virksomhederne har forventet ved den pågældende lovovertrædelse. Dette medfører, at der effektivt kan gribes ind over for fx. vildledende markedsføring, så det ikke kan betale sig at overtræde loven.

Forbrugerombudsmanden har som en forsøgsordning givet forhåndsbeskeder. Denne mulighed for forhåndsbesked lovfæstes. Virksomhederne får dog ikke krav på at modtage forhåndsbesked, da det er væsentligt for Forbrugerombudsmandens virksomhed, at han selv har adgang til at prioritere arbejdsindsatsen.

Forbrugerombudsmandens praksis med retningslinier lovfæstes. Forbrugerombudsmanden søger i almindelighed at forhandle sig til rette med de organisationer, som må anses for at være relevante i forbindelse med udarbejdelse af retningslinier. Der er ikke i lovtæksten fastsat bestemmelser om retningsli-