

om betaling af de pågældende beløb er ugyldige efter aftalelovens regler – vil der således i klare tilfælde i medfør af reglen i 2. pkt., litra 2, kunne gives påbud om tilbagebetaling af allerede modtagne beløb. Et sådant påbud om tilbagebetaling til kunder kan gives, hvis retten anser alle civilretlige betingelser for opfyldt, herunder at der ikke er indtrådt forældelse. For påbud om tilbagebetaling af pengebeløb er der endvidere fastsat særregler i forslaget § 22.

Det bemærkes i øvrigt, at adgangen til at kræve erstatning er reguleret i § 13, stk. 2, og at påbud efter stk. 1 ved ydelsesudveksling derfor kun omfatter kompensation ved tilbageførsel og ikke erstatning for videregående tab. Bestemmelsen kan bl.a. anvendes i sager, hvor mange forbrugere har været udsat for samme lovstridige adfærd, og hvor det vil være uproblematisk for vedkommende erhvervsdrivende på eget initiativ via kundekartotek mv. at rette for sig. Ligesom en offentlig myndighed eller institution i en sådan situation i overensstemmelse med god forvaltningsskik på eget initiativ vil rette for sig, findes der private virksomheder som gør det samme. Bestemmelsen i 2. pkt., litra 2, giver mulighed for at udstede et påbud herom til den virksomhed, som forholder sig passiv.

Tilsidesættelse af et påbud er strafsanktioneret. Det er imidlertid ud fra generelle retsplejehensyn fundet rigtigst ikke at straffelægge manglende opfyldelse af påbud om tilbagebetaling af modtagne pengebeløb. Bestemmelsen i § 23, sikrer imidlertid, at der i disse tilfælde - svarende til, hvad der gælder ved manglende efterlevelse af forbrugerklagenævnsafgørelser - ydes fri proces til forbrugere, der opfylder de sædvanlige økonomiske betingelser for at få fri proces.

Bestemmelsen i § 13, stk. 2, om erstatningsansvar er navnlig af betydning for de erhvervsdrivende. Efter almindelige erstatningsregler skal skadelidte bevise, at vedkommende har lidt et tab. Kravene til dette bevis er imidlertid ikke fastsat i lovgivningen, og efter omstændighederne kan sandsynliggørelse af et tab kunne være tilstrækkeligt til fastsættelse af en skønmæssig erstatning. Om erhvervsdrivendes adgang til at rejse erstatningskrav foreligger der en omfattende praksis, som forudsættes videreført. Fx. vil benyttelse uden samtykke af en persons billede i reklameøjemed indebære en krænkelse af en interesse, som er beskyttet af dansk rets almindelige erstatningsregler. For forbrugernes vedkommende kan der blive tale om fx. erstatning af transportudgiften ved at rette forgæves henvendelse i tillid til rigtigheden af en annonce, hvis indhold ved fremmøde viser sig at have været vildledende, men kravene vil da ofte

være så små eller procesgennemførelsesproblemerne så store, at den enkelte forbruger opgiver at anlægge retssag. Forslagets § 20 indeholder derfor en særlig kumulationsregel, som giver Forbrugerombudsmanden adgang til at anlægge sådanne sager, dersom han finder grund hertil, fx. ud fra overvejelser om behovet for prævention, vanskelighederne ved på anden måde at imødegå udenlandske virksomheders overtrædelser, forbrugernes retshjælpsbehov osv. Har en forbruger fået fuld kompensation gennem køberetlige beføjelser af en forhandler i anledning af en importørs vildledende annoncering, kan forbrugeren ikke udover dette få tilkendt erstatning af importøren.

Til § 14

Strafsanktionen er mere en trussel end et dominerende indgrebsmiddel. Til gengæld bør straffesager, når de er påkrævede, behandles med fornøden sagkundskab. På denne baggrund foreslås Sø- og Handelsretten gjort kompetent, medmindre sagkundskab skønnes at være af uvæsentlig betydning. I øvrigt svarer bestemmelsen til § 13 i den gældende lov.

Til § 15

Af lovens § 1 fremgår, at dens overordnede formål er at sikre, at erhvervsvirksomhed drives tilbørligt og rimeligt under hensyn til såvel konkurrenter og andre erhvervsdrivende som forbrugerne og almene samfundsinteresser. Forbrugerombudsmandens opgave er at bidrage til realiseringen af dette formål, navnlig ud fra hensynet til forbrugerne.

Forbrugerombudsmanden skal, som navnet tilsiger, navnlig sikre, at forbrugerinteresserne tilgodeses på en sådan måde, at markedsføring foregår tilbørligt og rimeligt under hensyn til forbrugerne. Forbrugerombudsmanden er imidlertid ikke afskåret fra at forholde sig til problemer vedrørende erhvervsinteresser og respekten for almene samfundsinteresser i markedsføring. Forbrugerombudsmanden kan således behandle spørgsmål om fx. race- og kønsdiskrimination i reklamen, anvendelse af personers billede eller navn uden samtykke i annoncer og sammenblanding af politiske budskaber og kommercielle ytringer i annoncer.

§ 15, stk. 2-4, gentager den gældende lovs §§ 17 og 18, stk. 1-2.

§ 15, stk. 5, er en gentagelse af gældende lovs § 18, stk. 3. Hjemlen er udnyttet ved bekendtgørelse nr. 542 af 10. august 1989, der bl.a. indeholder regler om Forbrugerombudsmandens adgang til at indtræde i civile retssager og Forbrugerombudsmandens pligt til at orientere offentligheden. Bekendtgørelsen skal