

forhold, som taler for at tillade noget sådant, og admitteringen af søgsmålet vil være i overensstemmelse med almindelige procesretlige principper. Der er næppe grund til at lovregulere spørgsmålet, idet domstolene ligesom hidtil bør tage stilling hertil efter de konkrete sagers nærmere omstændigheder.

Forhåndsbesked kan betinges af betaling. I forbindelse med afgivelse af forhåndsudtalelser kan der opkræves et gebyr til dækning af omkostningerne. Industri- og samordningsministeren fastsætter nærmere regler herom. Gebyrbetalingen omfatter egentlige forhåndsbeskeder om konkrete påtænkte markedsføringsforanstaltninger, hvorimod udtalelser afgivet som led i Forbrugerombudsmandens generelle vejledningsvirksomhed fortsat er vederlagsfrie.

Til § 19

Bestemmelsen giver i overensstemmelse med gældende ret erhvervs- og forbrugerorganisationer søgsmålskompetence i sager om overtrædelse af markedsføringsloven. Hvem der kan sagsøges for overtrædelse af markedsføringsloven er ikke reguleret i denne bestemmelse, men må afgøres ud fra lovens formål. Af hensyn til mulighederne for effektivt at stoppe ulovlig markedsføring, vil det principielt være muligt at få nedlagt forbud mod enhver, der forbereder eller medvirker til en ulovlig markedsføring. Der vil således kunne nedlægges forbud mod sælgeren af et produkt, et reklamebureau, som udformer en ulovlig kampagne, et pengeinstitut, som medvirker gennem fx. overførsel af penge mv., og mod den, der leverer produkter, som skal indgå i en ulovlig markedsføring osv. Der kan endvidere nedlægges forbud mod anvendelse af urimelige kontraktvilkår, både over for enkeltvirksomheder og sammenslutninger af sådanne, såfremt disse anvender eller opfordrer til anvendelse af urimelige kontraktvilkår.

Til § 20

At en erhvervsdrivende har krav på erstatning ved utilbørlig krænkelse af den pågældendes markeds-mæssige position, er i mange tilfælde en effektiv sanktionstrussel. Når tilsidesættelse af loven påfører forbrugere tab, forholder det sig i mange tilfælde omvendt. Det hænger sammen med de eksisterende civile tvistløsningsmodellers bundethed til partstvister. I et samfund med masseproduktion og -afsætning af ensartede produkter på ensartede vilkår vil den markedsføringslovskrænkelse, som udløser et krav for den enkelte forbruger, i almindelighed udløse helt tilsvarende krav for en flæthed af forbrugere. Ikke desto mindre skal hver enkelt forbrugers krav behandles for sig. Når kravene er mange og

hver for sig for små til at kunne bære de meget betydelige omkostninger ved retssag, er den erhvervsdrivende i praksis immun over for et erstatningsansvar. Bestemmelsens formål er bl.a. at afhjælpe dette problem. Samtidig skal den give forbrugerne via Forbrugerombudsmanden et middel, som kan anvendes mod udenlandske virksomheder, som ved markedsføring her i landet tilsidesætter loven på ansvarspådragende vis.

Bestemmelsen i § 20 muliggør, at samtlige erstatningskrav indtales under ét. Det har bl.a. den fordel, at en sådan dom, modsat et påbud efter § 13, stk. 1, kan fuldbyrdes mod virksomheder i andre EU-lande. Bestemmelsen kan imidlertid også anvendes mod danske virksomheder.

Forbrugerombudsmanden optræder på vegne af de forbrugere, som begærer dette. Via Forbrugerombudsmanden samles kravene således under en enkelt sag. Det er en forudsætning herfor, at kravene udspringer af samme lovstridige forhold, og at de er ensartede. Den processuelle behandling forudsættes i øvrigt at ske i overensstemmelse med retsplejelovens almindelige regler om subjektiv kumulatio (retsplejelovens § 250). Forbrugerombudsmanden kan rette henvendelse til de krænkede om, at han vil tage initiativ til et kumuleret erstatningssøgsmål og derved opnå de fornødne begæring til sagsanlæg.

Bestemmelsen skal ses i lyset af forhandlingsprincippet. I de tilfælde, hvor en anvendelse af bestemmelsen kan blive aktuell, vil søgsmål efter bestemmelsen kunne undgås, hvis den erhvervsdrivende efter aftale med Forbrugerombudsmanden frivilligt foretager det fornødne.

Til § 21

Bestemmelsen svarer til den gældende lovs § 16, stk. 2 og 3.

Til § 22

I Forbrugerkommissionens Betænkning II, Betænkning nr. 681/1973 Om Markedsføring, Forbrugerombudsmand og Forbrugerklagenævn udtaltes s. 25, at »de bøder, der hidtil har været anvendt efter konkurrenceloven, har i mange tilfælde været for små, og det må derfor skønnes påkrævet, at der foretages en betydelig skærpelse«. Kommissionen foreslog derfor følgende bestemmelse medtaget i markedsføringsloven: »Ved fastsættelsen af bøder i henhold til denne lov kan der tages hensyn til den fortjeneste, der må antages at være indvundet eller tilsigtet ved overtrædelse«. Kommissionen fandt en sådan bestemmelse »rimelig, navnlig fordi den gældende retspraksis med beskedne bødestørrelser ofte har fo-