

Til lovforslag nr. L 35. Vedtaget af Folketinget ved 3. behandling den 24. februar 2000*)

Forslag

til

Lov om ændring af lov om markedsføring¹⁾ og lov om en rejsegarantifond

(Sammenlignende reklame, regel om særtilbud, forbrugerombudsmandens ansættelse og adgang til at forlange oplysninger samt styrkelse af Rejsegarantifondens indgrebsmuligheder)

§ 1

I lov om markedsføring, jf. lovbekendtgørelse nr. 545 af 1. juli 1999, foretages følgende ændringer:

1. Efter § 2 indsættes før overskriften til § 3:

»Sammenlignende reklame

§ 2 a. Sammenlignende reklame omfatter enhver reklame, som direkte eller indirekte henviser til en konkurrent eller til varer eller tjenesteydelser, som udbydes af en konkurrent.

Stk. 2. Sammenlignende reklame, jf. stk. 1, er tilladt efter denne lov, når sammenligningen

- 1) ikke er vildledende,
- 2) angår varer eller tjenesteydelser, der opfylder samme behov eller tjener samme formål,
- 3) er objektiv og sammenligner en eller flere konkrete og relevante egenskaber, der kan dokumenteres, og som er repræsentative for disse varer eller tjenesteydelser, herunder prisen,
- 4) ikke skaber forveksling på markedet mellem annoncøren og en konkurrent eller mellem annoncørens og en konkurrents varemærker, firmanavne, andre karakteristiske kendetegn, varer eller tjenesteydelser,

¹⁾ Loven indeholder bestemmelser, der gennemfører Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 97/55/EF af 6. oktober 1997 om ændring af direktiv 84/450/EØF om vildledende reklame for at medtage sammenlignende reklame (EF-Tidende 1997 nr. L 290, s. 18).

- 5) ikke miskrediterer eller nedvurderer en konkurrents varemærker, firmanavne, andre karakteristiske kendetegn, varer, tjenesteydelser, aktiviteter eller øvrige forhold,
- 6) for produkter med oprindelsesbetegnelse i hvert enkelt tilfælde vedrører produkter med samme betegnelse,
- 7) ikke drager utilbørlig fordel af den anseelse, der er knyttet til en konkurrents varemærke, firmanavn eller andre karakteristiske kendetegn eller af konkurrerende produkters oprindelsesbetegnelser og
- 8) ikke fremstiller en vare eller tjenesteydelse som en imitation eller en kopi af en vare eller tjenesteydelse, der er dækket af et beskyttet varemærke eller firmanavn.

Stk. 3. I enhver sammenlignende reklame, som indeholder særtilbud, skal det klart fremgå, hvornår tilbudet ophører eller efter omstændighederne, at tilbudet kun gælder, så længe de pågældende varer og tjenesteydelser er til rådighed. Gælder særtilbudet endnu ikke, skal det tillige oplyses, hvornår perioden for den særlige pris eller for andre særlige betingelser begynder.«

2. I § 15, stk. 2, indsættes som 2. pkt.:

»Oplysningerne kan kræves meddelt inden for en kort frist, når det gælder sammenlignende re-