

Lovforslag nr. L 13. Fremsat den 6. oktober 2005 af familie- og forbrugerminister (Lars Barfoed)

# Forslag

## til

### lov om markedsføring

#### Kapitel 1

##### *Lovens formål og anvendelsesområde*

##### *God markedsføringskik*

§ 1. Erhvervsdrivende omfattet af denne lov skal udvise god markedsføringskik under hensyntagen til forbrugerne, erhvervsdrivende og almene samfundsinteresser.

##### *Anvendelsesområde*

§ 2. Loven finder anvendelse på privat erhvervsvirksomhed, samt på offentlig virksomhed i det omfang, der udbydes varer og tjenesteydelser på markedet.

Stk. 2. §§ 1, 3 og § 11, stk. 3 og 5, nr. 1, finder ikke anvendelse på virksomheder omfattet af lov om finansiell virksomhed, i det omfang økonomi- og erhvervsministeren har udstedt regler på de pågældende områder.

Stk. 3. § 11, stk. 2 og 4, og §§ 13-14 finder ikke anvendelse på virksomheder omfattet af lov om finansiell virksomhed.

#### Kapitel 2

##### *Generelle regler om adfærd på markedet*

##### *Vildledning, nedsættende omtale mv.*

§ 3. Der må ikke anvendes urigtige, vildledende eller urimeligt mangelfulde angivelser, som er egnet til at påvirke efterspørgsel eller udbud af varer, fast ejendom og andre formuegoder samt arbejds- og tjenesteydelser.

Stk. 2. Bestemmelsen i stk. 1 gælder også angivelser, der på grund af deres form, eller fordi de angår uvedkommende forhold, er utilbørlige

over for andre erhvervsdrivende eller forbrugere.

Stk. 3. Der må ikke anvendes vildledende fremgangsmåder af lignende betydning for efterspørgsel og udbud som angivet i stk. 1 eller fremgangsmåder af tilsvarende betydning, såfremt de på grund af deres særlige form, eller fordi de inddrager uvedkommende forhold, er utilbørlige over for andre erhvervsdrivende eller forbrugere.

Stk. 4. Rigtigheden af angivelser om faktiske forhold skal kunne dokumenteres.

##### *Reklameidentifikation*

§ 4. En reklame skal fremstå således, at den klart vil blive opfattet som en reklame uanset dens form og uanset i hvilket medium, den bringes.

##### *Sammenlignende reklame*

§ 5. 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