

Bemærkninger til lovforslaget

Almindelige bemærkninger

1. Indledning

Lovforslaget har til formål at gennemføre regeringens "Ny forbrugerpolitik" og er et led i regeringens arbejde med regelforenkling. Lovforslaget indebærer en modernisering af den nuværende markedsføringslov og en sammenlægning af denne lov og prismærkningsloven.

Markedsføringsloven fastsætter minimumstandarderne for virksomheders markedsadfærd. Lovens overordnede formål er at sikre, at erhvervsvirksomhed drives tilbørligt og rimeligt under hensyn til såvel konkurrenter og andre erhvervsdrivende som til forbrugerne og almene samfundsinteresser. Strukturen og de væsentligste bestemmelser i den nuværende markedsføringslov stammer tilbage fra den første markedsføringslov fra 1974, som blev til på baggrund af Forbrugerkommissionens delbetænkning om markedsføring, forbrugerombudsmand og forbrugerklagenævnen (betænkning II, nr. 681-1973).

Loven er efterfølgende løbende blevet ændret herunder i forbindelse med gennemførelsen af en række EU-direktiver.

Loven har endvidere i 1992 været genstand for et udvalgsarbejde. Industriministeriets udvalg vedrørende markedsføringsloven afgav i juni 1992 betænkning nr. 1236 med titlen "Ny markedsføringslov". Med udgangspunkt heri fremsattes et forslag til en ny lov om markedsføring, som blev vedtaget som lov nr. 428 af 1. juni 1994. Loven er siden 1994 løbende blevet ændret, bl.a. ved lov nr. 342 af 2. juni 1999, hvori bl.a. reglerne for Forbrugerombudsmandens ansættelse blev ændret, og Forbrugerombudsmandens indgrebsbeføjelser blev styrket.

Prismærkningsloven fastsætter de grundlæggende regler for meddelelse af prisoplysninger i form af et krav om prisoplysninger ved mærkning, skiltning eller anden tydelig oplysning. Formålet med prismærkningsloven er at sikre forbrugerne korrekte prisoplysninger i en form, der er forståelig, klar, relevant og

gennemsigtig. Prisinformationen skal gøre det muligt for forbrugerne at sammenligne forskellige produkter inden for samme produktgruppe og hos forskellige erhvervsdrivende og dermed medvirke til en effektiv priskonkurrence.

Prismærkningsloven blev vedtaget i 1977 og er siden da blevet ændret løbende. Ved lov nr. 395 af 13. juni 1990 blev administrationen af loven overført til Forbrugerstyrelsen samtidig med, at bestemmelserne om Monopoltilsynets og Finanstilsynets administrative tilsyn med lovens overholdelse blev ophævet.

2. Markedsføringsudvalget

Den 22. september 2003 nedsatte økonomi- og erhvervsministeren, under hvis ressort markedsføringsloven og prismærkningsloven på daværende tidspunkt henhørte, et udvalg vedrørende modernisering af markedsføringsloven og prismærkningsloven. Udvalget blev nedsat som et led i regeringens nye forbrugerpolitik og fik til opgave at foretage en gennemgribende modernisering af markedsføringsloven og prismærkningsloven for at medvirke til at skabe velfungerende markeder med klare rettigheder, effektiv information og konkurrence. Dette skulle bl.a. ske ved regelforenkling og afbureaukratisering - herunder gennem en undersøgelse af, om det ville være hensigtsmæssigt at overføre prismærkningsreglerne til markedsføringsloven og indføre et fælles tilsyn.

Udvalget fik efter kommissoriet til opgave at behandle en række emner.

Det blev således anmodet om at fremkomme med et forslag til en formålsbestemmelse, ligesom det fik til opgave at vurdere behovet for en udvidelse af lovens anvendelsesområde for at fremme en udvikling i retning af øget valgfrihed for forbrugere og borgere.

Udvalget blev også anmodet om at undersøge, om der fortsat er behov for detailregler om salgsfremmende foranstaltninger som tilgift, rabatter, mængdebe-grænsning og købsbetingede konkurrencer. I forhold til prismærkningsloven blev udvalget anmodet om at overveje en modernisering af de nuværende regler,