

De gældende regler om oplysning om organiseret rabat bør efter en række medlemmers opfattelse opretholdes, mens andre vil have dem ophævet.

4. Lovforslagets indhold i hovedtræk

Lovforslaget indeholder et forslag til en ny samlet lov om markedsføring og prisoplysning, hvori prismærkningsloven er indarbejdet og er baseret på anbefalingerne i markedsføringsudvalgets betænkning og regeringsgrundlaget, hvoraf det fremgår, at revisionen af lovene skal tilvejebringe klarere regler om bl.a. prisoplysning på tjenesteydelser, reklameidentifikation, begrænsninger for reklamer rettet mod børn og unge samt fjernelse af unødvendige forbud.

Lovforslaget fastholder i en vis udstrækning hovedstrukturen i den nuværende markedsføringslov, ligesom væsentlige dele af denne lovs bestemmelser videreføres uændret i lovforslaget.

Lovens systematik foreslås dog ændret, således at kap. 2 indeholder de generelle regler om markedsadfærd, som både gælder for virksomhederne indbyrdes og i forholdet mellem virksomhederne og forbrugerne. Lovens forbrugerrettede bestemmelser, herunder de regler om prisoplysning, som foreslås overført fra prismærkningsloven, er samlet i kap. 3, mens lovregler, som alene vedrører erhvervsforhold, er indeholdt i kap. 4. Herefter er den nugældende lovs systematik bevaret.

I lovforslaget er fastholdt en generalklausul om, at virksomheder skal overholde god markedsføringsetik. Men den foreslås suppleret med en angivelse af de hensyn, som loven skal sikre varetaget. Ligeledes er lovens anvendelsesområde præciseret i forhold til udbud af service- og velfærdsydelser fra offentlige virksomheder.

Lovforslaget indeholder som et nyt element en regel om reklameidentifikation i form af en strafbelagt bestemmelse om, at reklamer umiddelbart skal kunne identificeres som sådan. Bestemmelsen skal sikre Forbrugerombudsmanden bedre muligheder for effektivt at gribe ind over for skjult reklame, primært i form af reklame, der fremtræder som redaktionelt stof i medierne.

Den gældende lovs generelle bestemmelser om vildledning, sammenlignende reklame, uanmodet henvendelse, vejledning og garanti foreslås videreført uændret i lovforslaget. Det samme er tilfældet for så vidt angår de erhvervsrelaterede bestemmelser om forretningskendetegn og erhvervshemmeligheder.

Lovforslaget indeholder i kap. 3 de bestemmelser, som særligt har til formål at beskytte forbrugerne. Der

foreslås indsat en ny bestemmelse om markedsføring rettet mod børn og unge. Bestemmelsen fastsætter en særlig norm for markedsføring rettet mod denne målgruppe, som foreskriver, at man skal udvise særlig hensyntagen til børn og unges manglende erfaring og større godtroenhed. Bestemmelsen indeholder tillige et strafbelagt forbud mod brug af særlige virkemidler i reklamer rettet mod børn og unge.

Som en konsekvens af at de nugældende forbud mod særlige markedsføringsformer i §§ 6, 7, 8 og 9 foreslås ophævet, foreslås indsat en ny bestemmelse som indeholder generelle oplysningskrav til markedsføringen af salgsfremmende foranstaltninger.

Med lovforslaget overføres den gældende prismærkningslovs regler til markedsføringsloven, idet der er en række lighedspunkter mellem de to love. Begge love er generelle love, der på hver sit område regulerer prismarkedsføring.

Ved en sammenlægning af de to love vil der kunne opnås en forenkling og regelsanering ved, at alle regler vedrørende prisoplysninger og prismarkedsføring findes i samme lov. En sådan sammenskrivning vil lette overskueligheden, og sætte virksomhederne i stand til lettere og hurtigere at danne sig et overblik over retstilstanden.

Den gældende prismærkningslovs regler overtrædes jævnlige. Med lovforslaget indføres et tilsyn med prismærkningslovens regler. Det sker ved, at reglerne om prismærkning overføres til markedsføringsloven og underlægges denne lovs håndhævelsessystem. Forbrugerombudsmanden får herved i sager om prisoplysning mulighed for at forhandle, udarbejde vejledninger, forhandle retningslinjer og give forhåndsbeskeder samt mulighed for at anlægge retssager mv. på samme måde, som Forbrugerombudsmanden udøver sit tilsyn med markedsføringslovens øvrige regler. Forbrugerombudsmandens tilsyn med reglerne om skiltning med varers pris forventes dog som følge af reglernes præcise karakter primært at bestå i politianmeldelse, hvis den erhvervsdrivende ikke ændrer sin prisskiltning.

Tilsynet med finansielle virksomheders prisoplysninger er ved lov nr. 1383 af 20. december 2004 om ændring af lov om finansiell virksomhed mv. blevet henlagt til Finanstilsynet og berøres ikke af denne lovændring. Det forudsættes, at Forbrugerombudsmanden og Finanstilsynet sikrer den fornødne koordinati- on af håndhævelsen af reglerne fx for långivere, der henholdsvis er og ikke er omfattet af lov om finansiell virksomhed. Tilsvarende forudsættes der koordinering mellem Økonomi- og Erhvervsministeriet og Mi-