

tidligere har været reguleret i lovgivningen i form af forbud (fx forbud mod sneboldsystemer og enhedsprisforretninger) eller restriktioner (fx regler om sæsonudsalg og ophørsudsalg). Disse forbud eller restriktioner er imidlertid blevet ophævet, og de pågældende markedsføringsmetoder bliver i dag reguleret af de øvrige regler i markedsføringsloven.

Specialforbudenes detaljeringsgrad og komplekse struktur har endvidere bevirket, at det har været vanskeligt at tage højde for ny teknologi og samfundsudviklingen. Der har endvidere udviklet sig en kompliceret retspraksis om betydningen af reglerne, og nogle domstolsafgørelser har direkte medført, at elementer i de eksisterende regler har mistet deres betydning. Det gælder i særdeleshed i forhold til forbudet mod mængdebegrænsning.

Det bør generelt være lovligt at benytte salgsfremmende foranstaltninger, dog under forudsætning af at de ikke konkret udformes på en måde, der er i strid med lovens generalklausul om god markedsføringskik eller forbudet mod vildledning og utilbørlige fremgangsmåder. Disse bestemmelser vil fortsat give forbrugerne en generel beskyttelse mod uetisk eller vildledende brug af de markedsføringsforanstaltninger, som i dag er forbudt. Herudover foreslås der indført en ny bestemmelse, som skal sikre forbrugerne mulighed for reelt at vurdere fordele og ulemper ved de tilbud, som rummer en salgsfremmende foranstaltning. Den nye bestemmelse vil sikre større gennemsigthed i forbindelse med udbud af varer og tjenesteydelser og dermed et bedre beslutningsgrundlag for forbrugerne.

Fordelen ved at regulere området på denne måde vil være, at de generelle regler (generalklausulen om god markedsføringskik, vildledningsforbudet og den nye bestemmelse om oplysning) i modsætning til specialforbudene er udformet således, at de kan tage højde for udviklingen i samfundet, herunder indførelse af nye markedsføringsmetoder.

Der skønnes heller ikke at være behov for at opretholde forbudet mod købsbetingede konkurrencer i markedsføringsloven ud fra et ønske om at sikre prisgennemsigtighed og forhindre fokusforskydning. Imidlertid er forbudet mod købsbetingede konkurrencer også båret af andre hensyn af mere samfundsmæssig og etisk karakter. Således gør de hensyn, der ligger bag lovgivningen om spil med pengeindskud (fx lotterier, tips mv.), sig også gældende i relation til erhvervslivets udbud af konkurrencer, hvori deltagelse er købsbetinget. Blandt disse hensyn kan nævnes hensynet til at beskytte deltagerne i konkurrencerne, så deltagelse ikke bliver en trussel mod de pågældendes

velfærd, hensynet til at hindre kriminalitet, til at sikre midler til idræt, humanitære og andre velgørende formål samt til at begrænse privat fortjeneste ved spil.

Der er igangsat et arbejde med henblik på en modernisering og samling af spillelovgivningen, som bl.a. har til formål at konsolidere og modernisere den hidtidige spillestruktur i Danmark. Et forbud mod salgsfremmende, købsbetingede konkurrencer forventes - af de hensyn, som er opstillet ovenfor - at indgå i resultatet af dette arbejde.

Kommissionen har fremsat et forordningsforslag om salgsfremmende foranstaltninger, som vil have indvirkning på reguleringen af brugen af salgsfremmende foranstaltninger. Imidlertid er forslaget videre skæbne uvis, hvorfor der ikke er grund til at afvente en eventuel vedtagelse af forordningen. Især fordi lovforslaget som nævnt indeholder forslag til en ny bestemmelse om oplysning i forbindelse med brug af salgsfremmende foranstaltninger, som i et vist omfang vil tage højde for de informationskrav, som indtil videre er indeholdt i forordningsforslaget. På den måde sikres det, at virksomhederne ikke oplever u hensigtsmæssige ændringer i retstilstanden ved, at anvendelsen af salgsfremmende foranstaltninger først gives fri og herefter underlægges begrænsninger, såfremt forordningsforslaget vedtages.

##### *5. Økonomiske og administrative konsekvenser for det offentlige*

Forslaget indebærer, at Forbrugerombudsmandens tilsyn udvides til også at omfatte prisoplysningsområdet i og med, at prismærkningsloven lægges ind under markedsføringsloven. Der føres ikke i dag et administrativt tilsyn med prismærkningsloven.

Endvidere indeholder forslaget en præcisering af lovens anvendelsesområde i forhold til offentlige virksomheders udbud af service- og velfærdsydelser. Det er hensigten, at Forbrugerombudsmanden med præciseringen i videre omfang skal føre tilsyn med markedsføring på områder, der liberaliseres, eller hvor der indføres friere valg.

Forbrugerombudsmanden har på FFL 05 fået tilført 1,2 mio. kr. og vil i de kommende år få tilført 2,2 mio. kr. med henblik på at løfte de nævnte ekstraopgaver.

Herudover skønnes forslaget ikke at have økonomiske eller administrative konsekvenser for det offentlige.

##### *6. Økonomiske konsekvenser for erhvervslivet*

Forslaget om at ophæve specialforbudene vil gøre det lettere for virksomhederne at markedsføre sig, idet virksomhederne får mulighed at benytte markedsfø-