

*Bemærkninger til lovforslagets enkelte bestemmelser**Til § 1*

Markedsføringsloven skal fortsat være den lov, der fastlægger de generelle adfærdsnormer på markedet. Den skal sikre, at erhvervsvirksomhed drives tilbørligt og rimeligt under hensyntagen til forbrugerne, andre erhvervsdrivende, herunder konkurrenter og almene samfundsinteresser. Dette er hidtil sket gennem markedsføringslovens generalklausul om, at virksomhederne skal handle i overensstemmelse med god markedsføringsskik.

Det har med generalklausulen om god markedsføringsskik været muligt at foretage en løbende normdannelse og videreudvikling af bestemmelsens indhold i takt med udviklingen i samfundet. Dette er sket via en afbalanceret afvejning af de tre hensyn, som er angivet ovenfor.

Det foreslås, at generalklausulen om god skik bevarer, og at udtrykket "god markedsføringsskik" fastholdes i modsætning til, hvad markedsføringsudvalget anbefaler. Såfremt man fulgte udvalgets anbefaling og ændrede udtrykket til "god markedsadfærd", ville det medføre usikkerhed om, hvorvidt indholdet af den nye generalklausul var identisk med den nuværende, og om den retspraksis, som knytter sig til bestemmelsen, fortsat ville være gældende. Det findes derfor ikke at være hensigtsmæssigt. Der er i den forbindelse også lagt vægt på, at udtrykket "god markedsføringsskik" er godt indarbejdet i den daglige anvendelse af loven, at der har udviklet sig en righoldig retspraksis, som knytter sig til begrebet, og at man generelt anvender udtrykket "god skik" om overordnede adfærdsnormer.

Det er hensigten, at generalklausulen som hidtil skal kunne benyttes til indgreb mod alle former for urimelige salgs- og reklameforanstaltninger, mod efterligning, snyltning og anden udnyttelse af andres indsats, mod urimelige aftalevilkår og til beskyttelse af den personlige integritet og privatlivets fred.

De tidligere forarbejder til lovens generalklausul og den retspraksis, som knytter sig til den nuværende generalklausul, vil fortsat finde anvendelse i fuldt omfang. Generalklausulen om god markedsføringsskik har stået i markedsføringsloven, siden man i 1974, som anbefalet af Forbrugerkommissionen, udstedte den første markedsføringslov. Som i Forbrugerkommissionens forslag til en markedsføringslov blev markedsføringslovens generalklausul baseret på en god skik bestemmelse, som allerede fandtes i den dagældende konkurrencelovs § 15, stk. 1. Derfor knytter der sig en lang række forarbejder til bestemmelsen. Om generalklausulens indhold og formål henvises således

til Konkurrencelovudvalgets betænkning angående En Ny Konkurrencelov (betænkning nr. 416/1966), side 20 ff., bemærkningerne til lovforslaget i Forbrugerkommissionens betænkning II (betænkning nr. 681/1973), side 17 ff., samt forslag til lov om markedsføring, FT 1973-1974, Tillæg A, sp. 2241.

Da der på baggrund af et udvalgsarbejde i 1994 blev fremsat forslag til en ny markedsføringslov, valgte man ligeledes at videreføre generalklausulen for at sikre en fortsat uændret retsanvendelse. Det fremgår endvidere af bemærkningerne til dette lovforslag (L 211 af 2. marts 1994, FT 1993-1994, Tillæg A, sp. 7249), at generalklausulen som hidtil vil blive anvendt som hjemmel til offentligretlige indgreb mod urimelige kontraktvilkår, og at dele af Rådets direktiv 93/13/EØF af 5. april 1993 om urimelige kontraktvilkår i forbrugeraftaler på den måde anses for gennemført i dansk ret.

De bagvedliggende formål med markedsføringsloven, herunder varetagelsen af hensynene til konkurrenterne og andre erhvervsdrivende, forbrugerne samt almene samfundsinteresser, fremgår i dag ikke af selve lovtæksten, men har i stedet været anført i motivstoffet til generalklausulen i markedsføringslovens § 1.

Det er mere hensigtsmæssigt, at de hensyn, som skal varetages efter loven, fremgår af selve lovtæksten af hensyn til brugerne af loven.

Det foreslås derfor, at de tre hensyn skrives ind i lovens generalklausul.

Det er af hensyn til lovens dynamik og meget brede anvendelsesområde vigtigt, at vægtning af de tre hensyn, som principielt er sideordnede, ikke fastlægges i selve loven, men at det overlades til Forbrugerombudsmanden, og i sidste instans domstolene, at foretage en afvejning af hensynene på baggrund af de konkrete omstændigheder i de enkelte sager.

*Til § 2*

Bestemmelsen angiver lovens anvendelsesområde. I den nuværende lov er lovens anvendelsesområde angivet i generalklausulen. Af hensyn til overskueligheden skønnes det imidlertid mere hensigtsmæssigt at udskille anvendelsesområdet fra generalklausulen, som nu også angiver lovens formål og de hensyn, som den skal varetage.

Markedsføringsloven finder i dag anvendelse på "privat erhvervsvirksomhed og offentlig virksomhed, der kan sidestilles hermed". I overensstemmelse med de hidtidige forarbejder og retspraksis indebærer det, at enhver handling foretaget i erhvervsøjemed i dag er