

Til lovforslag nr. L 13. Skriftlig fremsættelse (6. oktober 2005)

Familie- og forbrugerministeren (Lars Barfoed):

Herved tillader jeg mig for Folketinget at fremsætte:

Forslag til lov om markedsføring
(Lovforslag nr. L 13).

Jeg fremsætter hermed et forslag til en ny samlet lov om markedsføring og prisoplysning.

Lovforslaget er et led i regeringens Ny Forbrugerpolitik og er baseret på Markedsføringsudvalgets betænkning 1457/2005 "Markedsføring og prisoplysning", samt regeringsgrundlaget Nye Mål. Regeringen vil med forslaget gennemføre en gennemgribende revision af reglerne for markedsføring og prisoplysning med henblik på at skabe velfungerende markeder med klare retigheder, effektiv information, sikring af forbrugernes frie valg og effektiv konkurrence.

Lovforslaget viderefører de grundlæggende bestemmelser om god skik og vildledning fra den nuværende markedsføringslov og reglerne om prismærkning og annoncering, som fremgår af den eksisterende prismærkningslov, men indeholder herudover en række ændringer, hvoraf følgende kan nævnes:

- En formålsbestemmelse, som angiver de hensyn, som loven skal varetage.
- En præcisering af lovens anvendelsesområde i forhold til offentlige virksomheder.
- En ny, strafbelagt bestemmelse om, at reklamer klart skal kunne identificeres.
- Nye specifikke regler om markedsføring rettet mod børn og unge.
- Nye generelle regler om prisoplysning for tjenesteydelser udbudt fra fast forretningssted.

- En generel pligt til at udstede en faktura.
 - Nye regler om varsling og ændring af gebyrer.
- Samtidig moderniseres loven ved, at specialforbudene mod særlige markedsføringsmetoder i den gældende lov foreslås ophævet og erstattet med en generel bestemmelse om anvendelse af salgsfremmende foranstaltninger. Bestemmelsen fastsætter oplysningskrav, som skal sætte forbrugerne i stand til selv at vurdere indholdet af et tilbud, hvori salgsfremmende foranstaltninger som fx tilgift eller rabatter, indgår.

I lovforslaget fastholdes tilsynet med loven hos Forbrugerombudsmanden og det generelle forhandlingsprincip for tilsynet. Således skal forhandling og udstedelse af retningslinier fortsat være de primære midler til at sikre, at virksomhederne overholder lovens regler. Forbrugerombudsmandens indgrebsmuligheder fastholdes ligeledes uændret, men tilsynet forventes effektiviseret, idet Forbrugerombudsmanden får bedre muligheder for at meddele administrative påbud, når der indsættes klare regler om reklameidentifikation og reklamer rettet mod børn og unge i loven.

Da prismærkningsreglerne foreslås lagt ind under markedsføringsloven, vil lovforslaget samtidig indebære, at Forbrugerombudsmanden fremover også skal administrere reglerne om prisoplysning på samme måde, som han i dag fører tilsyn med overholdelsen af markedsføringsloven.

Jeg henviser i øvrigt til lovforslaget og de bemærkninger, der ledsager det, og anbefaler forslaget til Folketingets velvillige behandling.