

Lovforslag nr. L 136. Fremsat den 9. december 1998 af erhvervsministeren (Pia Gjellerup)

Forslag

til

Lov om ændring af lov om markedsføring

(Oplysningskrav til forbrugergarantier, regler om Forbrugerombudsmandens ansættelse og styrkelse af Forbrugerombudsmandens indgrebsmuligheder)

§ 1

I lov nr. 428 af 1. juni 1994 om markedsføring foretages følgende ændringer:

1. Overalt i loven ændres »Industri- og samordningsministeren« til: »Erhvervsministeren«, og »industri- og samordningsministeren« ændres til: »erhvervsministeren«.

2. I § 4 indsættes som stk. 2:

»Stk. 2. Ydes der garanti, skal den erhvervsdrivende på klar og tydelig måde informere forbrugeren om dens indhold og give de oplysninger, der er nødvendige for at gøre garantien gældende. Endvidere skal den erhvervsdrivende på en klar og tydelig måde oplyse, at forbrugers ufravigelige rettigheder efter lovgivningen ikke berøres af garantien. Efter anmodning skal den erhvervsdrivende udlevere garantien skriftligt. Skriftlige garantier skal være affattet på dansk«.

3. § 15, stk. 3, affattes således:

»Stk. 3. Forbrugerombudsmanden udnævnes af erhvervsministeren for et tidsrum af 6 år. Forlængelse eller genansættelse kan ikke finde sted. Forbrugerombudsmanden skal opfylde de almindelige betingelser for at blive dommer«.

4. I § 17 indsættes som stk. 2-4:

»Stk. 2. Retningslinjer efter stk. 1, der er tiltrådt af relevante erhvervs- og forbrugerorganisationer, kan efter aftale med disse danne grundlag for påbud meddelt af Forbrugerombudsmanden, jf. § 19, stk. 2, 2. pkt.

Stk. 3. En organisation kan opsig en aftale efter stk. 2 med et aftalt varsel.

Stk. 4. Forbrugerombudsmanden bekendtgør ikrafttræden og opsigelse af en aftale efter stk. 2. Ved opsigelse efter stk. 3 bekendtgør Forbrugerombudsmanden, fra hvilken dato retningslinjerne ikke længere er omfattet af stk. 2, og om retningslinjerne bibeholdes efter stk. 1 eller bortfalder«.

5. I § 19 indsættes efter stk. 1 som nye stykker:

»Stk. 2. Forbrugerombudsmanden kan meddele påbud, hvis en handling klart er i strid med loven og ikke kan ændres ved forhandling. For overtrædelse af retningslinjer, jf. § 17, stk. 2 og 4, kan påbud meddeles uden forudgående forhandling.

Stk. 3. Et påbud kan af den, påbudet retter sig mod, forlanges indbragt for domstolene. Anmodning herom skal fremsættes skriftligt over for Forbrugerombudsmanden inden 4 uger efter, at påbudet er meddelt den pågældende. Forbrugerombudsmanden skal inden 1 uge efter modtagelse af anmodningen indbringe sagen for retten i den borgerlige retsplejes former.

Stk. 4. Anmodning efter stk. 3 har ikke opsættende virkning, men retten kan ved kendelse bestemme, at den pågældende under sagens behandling kan fortsætte den handling, påbudet angår.

Stk. 5. Ankes en dom, hvorved et påbud ikke findes lovligt, kan den ret, der har afsagt dommen, eller den ret, hvortil sagen er indbragt, be-

F. t. l. vedr. markedsføring

stemme, at den pågældende ikke under ankesagen må udøve den handling, påbudet angår«.

Stk. 2 bliver herefter stk. 6.

6. § 21, stk. 1, 3. pkt., affattes således:

»Reglerne i retsplejelovens §§ 642, nr. 2, 643, 645, stk. 1-3, og 651 finder tilsvarende anvendelse, og reglerne i §§ 636, 638 og 648, stk. 2, finder anvendelse med de fornødne lempelser«.

7. I § 22, stk. 1, indsættes efter »16, stk. 2,«: »eller § 19, stk. 2,«.

8. § 22, stk. 6, affattes således:

»Stk. 6. Der kan pålægges selskaber m.v. (juridiske personer) strafansvar efter reglerne i straffelovens 5. kapitel.«.

§ 2

Loven træder i kraft den 1. juli 1999.

Bemærkninger til lovforslaget

Almindelige bemærkninger

A. Lovforslagets indhold

1. Indledning

Ved forespørgselsdebatten i Folketinget den 30. april 1997 om forbrugerpolitik fremlagde regeringen en ny forbrugerpolitisk strategi.

Som et led i gennemførelsen af denne strategi fremsatte regeringen den 4. februar 1998 forslag til lov om ændring af markedsføringsloven (L 172, FT 1997-98, Tillæg A, sp. 3311). Lovforslaget indebar en styrkelse af Forbrugerombudsmanden og ville medføre en ændring af markedsføringsloven på følgende områder:

- styrkelse af garantibestemmelsen,
- ændring af reglerne om Forbrugerombudsmandens ansættelsesforhold,
- tiltrådte retningslinjer gøres bindende, således at Forbrugerombudsmanden kan meddele påbud ved overtrædelser heraf,
- Forbrugerombudsmanden får mulighed for at meddele påbud efter forhandling efter betalingskortlovens model, samt
- styrkelse af Forbrugerombudsmandens generelle tilsynsvirksomhed ved tilførelse af flere ressourcer.

På baggrund af Folketingets første behandling af L 172 (FT 1997-98, 1. saml., sp. 4188) og de fremsatte synspunkter er der foretaget justeringer af lovforslaget.

Dette lovforslag ændrer lov nr. 428 af 1. juni 1994 om markedsføring. I forhold til det tidligere fremsatte L 172 foretages følgende ændringer:

- præcisering af garantireglen i § 4,
- præcisering af, at Forbrugerombudsmandens mulighed for at meddele påbud kun kan anvendes, når retsstillingen er klar, og
- ændring af henvisningerne i § 21, stk. 1, 3. pkt., som følge af en ændring af retsplejeloven i 1988.

Ved aktstykke 218 1997/98 er Forbrugerstyrelsen tilført yderligere ressourcer.

2. Styrkelse af garantireglen

Forslaget har til formål at styrke forbrugerens bevismæssige stilling og medvirke til at forebygge tvister om garantier. Forslaget bygger i det væsentlige på Rådets fælles holdning til direktivforslag om køb af forbrugsvarer og forbrugsgarantier som fastlagt af Rådet den 23. april 1998 (Rådets dokument nr. 7896/98 Consom 29 CODEC 220) inden forelæggelse for Europa-Parlamentet.

Den eksisterende bestemmelse foreslås udbygget således, at den erhvervsdrivende på klar og tydelig måde skal informere forbrugeren om garantiens indhold, og hvordan den gøres gældende. Endvidere skal der oplyses om, at forbrugerens ufravigelige rettigheder efter lovgivningen ikke berøres af garantien. Det foreslås, at forbrugeren ved aftalens indgåelse kan forlange at få garantien udleveret skriftligt. Endelig skal skriftlige garantier (garantibeviser) være affattet på dansk.

Det centrale princip, om at erklæring om ydelse af garanti eller lignende kun må anvendes, såfremt erklæringen giver forbrugeren en væsentlig bedre retsstilling end den, forbrugeren har efter lovgivningen, er fastholdt uændret.

Det følger allerede af generalklausulen i § 1 og vildledningsreglen i § 2, at markedsføring af garantier skal ske på en fair og loyal måde, således at den samlede garantiordning er retvisende beskrevet.

3. Regler om Forbrugerombudsmandens udpegelse

Ændringen af bestemmelsen om Forbrugerombudsmandens stilling skal sikre forbrugerombudsmandsinstitutionen større uafhængighed. Samtidig søges embedet tilført yderligere dynamik ved en vis kontinuerlig udskiftning på posten. Dette skønnes hensigtsmæssigt, fordi forbrugerområdet er i hastig udvikling, og der derfor er behov for hele tiden at sikre sammenhæng mellem udøvelsen af embedet og samfundsudviklingen.

Forbrugerombudsmanden foreslås ansat på åremål for en periode af 6 år uden mulighed for forlængelse eller genansættelse. Ved ansættelse på overenskomst-

vilkår forudsættes det, at ansættelsesvilkårene udformes således, at uansøgt afsked alene kan ske under omstændigheder svarende til de i tjenestemandslovens § 30 anførte.

4. Styrkelse af Forbrugerombudsmandens indgrebsmuligheder

Den overordnede målsætning for de foreslåede ændringer er, at det skal være vanskeligere at gennemføre markedsføringsinitiativer, der klart strider imod markedsføringslovens regler og den kendte eller aftalte praksis. Ved adgangen til en hurtigere, men retssikker procedure, vil en lovovertrædelse kunne standses, forinden dens formål er opnået. Derved sikres konkurrerende virksomheder imod unfair konkurrence, mens forbrugerne sikres imod en ulovlig markedsføring.

4.1. Påbud for overtrædelse af bindende retningslinjer

Forbrugerombudsmanden kan i dag efter forhandling med relevante erhvervs- og forbrugerorganisationer udstede retningslinjer for markedsføring på nærmere angivne områder. Disse retningslinjer er ikke bindende for de erhvervsdrivende.

Det foreslås, at retningslinjer, der tiltrædes af organisationerne efter lovens ikrafttræden, efter aftale med organisationerne kan gøres bindende. Til sidesætter en erhvervsdrivende sådanne bindende retningslinjer, der er bekendtgjort i Lovtidende, kan Forbrugerombudsmanden meddele den erhvervsdrivende påbud. Såfremt en erhvervsdrivende gør indsigelse over for det meddelte påbud, skal Forbrugerombudsmanden indbringe sagen for domstolene.

4.2. Påbud efter forhandling

Det foreslås, at Forbrugerombudsmanden efter samme principper som i betalingskortloven kan meddele påbud, såfremt en forhandling med den erhvervsdrivende ikke kan bringe den ulovlige markedsføring til ophør. I dag kan Forbrugerombudsmanden ikke nedlægge forbud administrativt, men er henvist til at anlægge en forbudssag ved domstolene.

Forbrugerombudsmanden kan dog nedlægge et foreløbigt forbud, hvis der er øjensynlig fare for, at formålet med et forbud vil forspildes, hvis rettens afgørelse skal afventes. Da Forbrugerombudsmanden i forbindelse med nedlæggelse af foreløbigt forbud både skal udstede et foreløbigt forbud og anlægge en justifikationssag senest næste hverdag efter udstedelse af det foreløbige forbud, er dette retsmiddel så administrativt byrdefuldt, at Forbrugerombudsmanden kun har anvendt det i meget få tilfælde.

Forbudssager ved domstolene kan tage flere år, og først herefter vil en til sidesættelse af forbudet være strafbart.

Den foreslåede ændring vil virke effektivt og procesbesparende i forhold til Forbrugerombudsmandens eksisterende indgrebsmuligheder uden samtidig at til sidesætte hensynet til de erhvervsdrivendes retssikkerhed, da påbud alene kan gives i sager, hvor retsstillingen er klar.

Det forhold, at Forbrugerombudsmanden kan gribe hurtigt ind over for virksomheder, der bryder loven, vil således både beskytte forbrugerne og være til gavn for den del af erhvervslivet, som overholder reglerne i markedsføringsloven. Hurtige indgreb over for virksomheder, der ikke overholder loven, vil være medvirkende til at sikre fair og lige konkurrence.

Forbrugerombudsmanden har således mange ukomplicerede sager, hvor den erhvervsdrivende gøres opmærksom på, at loven er overtrådt. Ophører den erhvervsdrivende i disse tilfælde ikke med sin markedsføring, har Forbrugerombudsmanden i dag ikke mulighed for selv at meddele påbud, medmindre den erhvervsdrivende allerede har givet et skriftligt tilsagn over for Forbrugerombudsmanden om at ændre sin markedsføring.

Forbrugerombudsmanden skal indbringe sagen for domstolene, såfremt den erhvervsdrivende fremkommer med indsigelser, ligesom domstolene efter forslaget ved kendelse kan bestemme, at sagsanlægget tillægges opsættende virkning.

Såfremt Forbrugerombudsmanden i øvrigt finder en handling i strid med markedsføringsloven, må Forbrugerombudsmanden anlægge sag om forbud og påbud ved domstolene.

Udover den tidligere nævnte procesbesparende, effektivitetsfremmende og konkurrencemæssige virkning vil den foreslåede påbudsmulighed i tilfælde af klare overtrædelser virke præventivt, da påbudet har virkning med det samme.

B. Lovforslagets administrative og økonomiske konsekvenser

Da Forbrugerombudsmanden allerede har koncentreret sin virksomhed omkring administrationen af lovens generalklausul om god markedsføringsskik og forbudet mod vildledning, herunder retssager, samt forebyggende virksomhed i form af forhandlinger, udstedelse af retningslinjer, afgivelse af forhåndsbeskeder samt anden oplysningsvirksomhed, skønnes forslaget ikke at indebære ændringer i Forbrugerombudsmandens træk på ressourcer.

Erhvervsøkonomiske konsekvenser og administrative konsekvenser for virksomheder

Forbrugerombudsmandens adgang til at meddele påbud vil sikre en bedre efterlevelse af loven til gavn for forbrugerne og det store flertal af virksomheder, der følger lovens bestemmelser.

Påbudsmuligheden vil endvidere virke effektivt og procesbesparende uden samtidig at tilsidesætte hensynet til de erhvervsdrivendes retssikkerhed.

Et udkast til det tidligere fremsatte lovforslag har været forelagt Erhvervsministeriets Testpanel. Lovforslaget vil være administrativt neutralt for 72% af virksomhederne, da de vurderede, at ændringerne i markedsføringsloven ikke vil berøre deres administration.

20% af virksomhederne vurderede, at de var berørt af lovforslaget, og heraf angav 1/3, at de ville få administrative byrder på engangsbasis. Ca. halvdelen af de berørte virksomheder vurderede, at lovforslaget ville medføre løbende administrative byrder, mens enkelte vurderede, at lovforslaget ville medføre administrative lettelser. Langt størstedelen af de administrative konsekvenser skyldes ændringen af garantibestemmelsen.

Det vurderes, at de ændringer, der er foretaget i forhold til det tidligere fremsatte udkast, i et vist omfang vil fjerne de byrder, der efter testpanelets opfattelse var i det tidligere udkast.

C. Lovforslagets miljømæssige konsekvenser

Forslaget skønnes ikke at have miljømæssige konsekvenser.

D. Forholdet til EU-retten

Europa-Kommissionen har fremsat forslag til et direktiv om køb af forbrugsvarer og forbrugsgarantier med henblik på at indføre fælles minimumsregler for garantier og forbrugernes beføjelser i forbindelse med mangler ved forbrugsvarer (KOM (95) 520). Den foreslåede bestemmelse bygger i det væsentlige på Rådets fælles holdning til direktivforslaget, fastlagt af Rådet den 23. april 1998 (Rådets dokument nr.

7896/98 Consom 29 CODEC 220) inden forelæggelse for Europa-Parlamentet. Det kan dog ikke udelukkes, at det på et senere tidspunkt kan vise sig nødvendigt at ændre bestemmelsen, når det endelige direktiv er vedtaget.

E. Høring

Lovforslaget er sendt i høring hos Advokatrådet, Amtsrådsforeningen, Arbejderbevægelsens Erhvervsråd, Brancheorganisationen for Forbrugerelektronik, Brancheforeningen for Kontor og Data, Bryggerforeningen, Centralforeningen af Autoreparatører i Danmark, Danmarks Automobilforhandler Forening, Danmarks Rejsebureau Forening, Dansk Annoncørforening, Dansk Ejendomsmæglerforening, Dansk Fagpresse, Dansk Handel & Service, Dansk Magasinpresse, Danske Reklamebureauers Brancheorganisation, Dansk Textil Union, Dansk Tipstjeneste, Danske Biludlejere, Danske Dagblades Forening, Danske Finansieringsselskabers Forening, DDK – Dansk Detailkreditråd, De Danske Bilimportører, De Samvirkende Købmandsforeninger i Danmark, Den Danske Dommerforening, FEHA/Markedsføringsnævnet, Finansrådet, Forbrugerklagenævnets Forretningsudvalg, Forbrugerombudsmanden, Forbrugerrådet, Foreningen af Danske Internetleverandører, Foreningen af Kommercielle Danske Internetsites, Foreningen af Rejsearrangører i Danmark, Foreningen for Dansk Internet Handel, Fællesforeningen for Danmarks Brugsforeninger, HORESTA, Håndværksrådet, IT-Brancheorganisationen, Kommunernes Landsforening, Landbrugsrådet, Nationalbanken, Oliebranchens Fællesrepræsentation, Præsidenten for Sø- og Handelsretten, Radio- og TV-Reklamenævnet, Radiobranschens Reklameudvalg, Radiofaghandelens Brancheorganisation, Realkreditrådet, Rådet for Dansk Forsikring og Pension, Statens Husholdningsråd, Telekommunikationsindustrien, TV 2 Reklame A/S og TVDanmark A/S. Endvidere er Finansministeriet, Forskningsministeriet, Justitsministeriet, Kulturministeriet, Ministeriet for fødevarer, landbrug og fiskeri, Sundhedsministeriet og Økonomiministeriet blevet hørt.

F. Skema over konsekvenser

	Positive Konsekvenser/mindreudgifter	Negative Konsekvenser/merudgifter
Økonomiske konsekvenser for stat, kommuner og amtskommuner	Ingen	Ingen
Administrative konsekvenser for stat, kommuner og amtskommuner	Forslaget styrker Forbrugerombudsmandens tilsyn, og virker procesbesparende	Ingen
Økonomiske konsekvenser for erhvervslivet	Forslaget sikrer bedre efterlevelse af mfl. til gavn for forbrugerne og det store flertal af virksomheder	Ingen
Administrative konsekvenser for erhvervslivet	Ingen	Forslaget stiller krav til garantiers udformning
Miljømæssige konsekvenser	Ingen	Ingen
Administrative konsekvenser for borgerne	Ingen	Ingen
Forholdet til EU-retten	Forslaget forudimplementerer forslag om direktiv om køb af forbrugsvarer og forbrugsgarantier	

Bemærkninger til lovforslagets enkelte bestemmelser

Til § 1

Til nr. 1

Ændringen er en konsekvens af, at Industri- og Samordningsministeriet har ændret navn til Erhvervsministeriet.

Til nr. 2

Forslaget tilsigter ingen ændring af anvendelsesområdet i forhold til den gældende § 4 i markedsføringsloven. Forslaget er ligesom den gældende bestemmelse begrænset til at angå anvendelse af garanti over for forbrugere. Garantigiver efter forslaget er den erhvervsdrivende, der fx som sælger, leverandør, producent, importør eller lignende yder garanti eller i sin markedsføring påtager sig en garanti ydet af tredjemand.

Selvom forslaget til affattelsen af markedsføringslovens § 4, stk. 2, stiller visse form- og indholdskrav til garantier, udelukker forslaget ikke meddelelse af mundtlige garantier. Dog kan forbrugeren forlange en skriftlig garanti ifølge 3. pkt. § 4, stk. 2, 1-3 pkt., gælder således både skriftlige og mundtlige garantierklæringer, mens 4. pkt. alene gælder skriftlige garantierklæringer. Gyldigheden af en ydet garanti bevares, selvom garantien ikke lever op til de stillede formkrav.

Som eksempel på oplysninger, som en garanti skal indeholde i medfør af § 4, stk. 2, 1. pkt., kan - udover

oplysninger om garantiens indhold - nævnes garantiens varighed, eventuelle geografiske begrænsninger samt garantigivers navn og adresse. Ved udstedelse af en mundtlig garanti til forbrugeren vil bestemmelsen i praksis være opfyldt ved oplysning om, at den erhvervsdrivende påtager sig garanti for produktet i et åremål.

Efter § 4, stk. 2, 2. pkt., skal det af garantierklæringen positivt fremgå, at forbrugeren bevarer sine ufravigelige rettigheder efter lovgivningen. Bestemmelsen er medtaget for at sikre en korrekt gennemførelse af direktivforslag om køb af forbrugsvarer og forbrugsgarantier, jf. punkt 2 i de almindelige bemærkninger. Oplysningspligten vil medvirke til, at en garanti, skønt den ikke i sig selv er vildledende og dermed i strid med markedsføringslovens § 2, ikke praktiseres på en vildledende måde. Normalt vil en oplysning fra sælger eller, hvis garantien er skriftlig, en oplysning i garantien, om at den ikke berører købers ufravigelige rettigheder efter købeloven, være tilstrækkelig. Anden lovgivning skal dog nævnes, hvis dette er relevant under hensyn til garantiens indhold, ydelsens art, salgsmåden m.v.

Det foreslås, at der i § 4, stk. 2, 3. pkt., åbnes mulighed for, at forbrugeren kan forlange at få udleveret en skriftlig garantierklæring. Bestemmelsen omhandler både anmodning om dokumentation for et mundtligt garantitilsagn samt udlevering af en fortrykt garanti fx fra sælger eller producent. Formålet med bestemmelsen er dels, at forbrugeren ikke vildledes med

hensyn til garantiens indhold, idet han forud for en aftales indgåelse kan få garantien skriftligt, dels at sikre forbrugers bevismæssige stilling. Forslaget forudsætter, at udlevering sker straks eller hurtigst muligt efter begæringens fremsættelse.

Der stilles ikke formkrav til, hvorledes garantien skal fremtræde, men benyttes der elektroniske medier, skal forbrugeren kunne sikre sig bevis for garantiens indhold, fx ved at garantigiver sender garantien elektronisk til forbrugers e-mail adresse.

Efter § 4, stk. 2, 4. pkt., skal en skriftlig garanti-erklæring rettet til forbrugere altid være på dansk. Bestemmelsen omfatter både dokumentationen for mundtlige garantier og alle skriftlige garanti-erklæringer, herunder internationale producentgarantier, der anvendes her i landet. Bestemmelsen om dansk sprog er i overensstemmelse med Forbrugerombudsmandens forhandlede retningslinjer for anvendelse af garantiudsagn i reklamer og aftalevilkår og med direktivforslaget. Efter artikel 5, stk. 4, i direktivforslag om køb af forbrugsvarer og forbrugsgarantier, kan de medlemsstater, hvor varen markedsføres, så længe det er foreneligt med traktaten, kræve, at garantien på den pågældende stats territorium udfærdiges på et eller flere af de officielle fællesskabssprog.

Forslaget er ligesom den gældende § 4 ikke belagt med straf, ligesom der ikke er knyttet direkte civilretlige virkninger til overtrædelse af bestemmelsen. Lever en erhvervsdrivende ikke op til bestemmelsen, kan der anlægges sag om forbud, påbud og erstatning efter den gældende § 19, stk. 1, og Forbrugerombudsmanden kan meddele påbud efter den foreslåede § 19, stk. 2.

Til nr. 3

Med formuleringen af bestemmelsen i forslaget til § 15, stk. 3, er det om udnævnelsen af Forbrugerombudsmanden bestemt, at erhvervsministeren udnævner Forbrugerombudsmanden for en periode af 6 år uden mulighed for forlængelse eller genansættelse. Forslaget berører ikke ansættelsesforholdet for den nuværende Forbrugerombudsmand.

Vedkommende skal opfylde de kvalifikationer, som stilles for at kunne blive dommer, herunder have bestået juridisk kandidateksamen, jf. i øvrigt bestemmelserne om beskikkelse af dommere i retsplejelovens kapitel 4.

Udover at opfylde disse betingelser er det hensigtsmæssigt, at den person, der bestrider posten som Forbrugerombudsmand, har et solidt kendskab til erhvervs- og forbrugerforhold, og markedsforhold i praksis. Naturlige kandidater til posten kan være em-

bedsmænd eller personer, der kommer fra advokatstanden, domstolene eller de højere læreranstalter.

Det er hensigten med denne ændring af ansættelsesforholdet, at Forbrugerombudsmanden i realiteten skal være sikret mod forflyttelse qua åremålsansættelsen, ligesom tjenestemandslovens disciplinære regler beskytter mod uansøgt afskedigelse, medmindre de i tjenestemandslovens § 30 anførte omstændigheder er til stede. Ved ansættelse på overenskomstvilkår udformes ansættelsesvilkårene i overensstemmelse hermed.

Aflønningen af Forbrugerombudsmanden forudsættes at ske efter de sædvanlige principper for åremålsansættelse.

Til nr. 4

Efter § 17 i markedsføringsloven kan Forbrugerombudsmanden forhandle retningslinjer på områder, der må anses for væsentlige, navnlig ud fra hensynet til forbrugere. Forbrugerombudsmanden forhandler disse retningslinjer med relevante erhvervs- og forbrugerorganisationer. Gennem sådanne forhandlinger søger Forbrugerombudsmanden at påvirke de erhvervsdrivendes adfærd.

Forbrugerombudsmanden tilstræber, at der er enighed om retningslinjer mellem de deltagende erhvervs- og forbrugerorganisationer, for derved at opnå bredest mulig opbakning til den erhvervsregulerende adfærd, som retningslinjer er udtryk for.

Normalt er der opnået enighed med organisationerne om retningslinjerne. Opnås der ikke enighed, kan Forbrugerombudsmanden vælge selv at udarbejde retningslinjer eller helt undlade at udarbejde retningslinjer.

For tiden er 21 retningslinjer forhandlet med erhvervs- og forbrugerorganisationer, spændende fra enkle retningslinjer om skolefotografering til omfattende retningslinjer for etik i pengeinstitutternes rådgivning og i realkreditens virksomhed.

De nuværende retningslinjer er imidlertid ikke bindende, hverken for organisationerne eller deres medlemmer, selvom der er opnået enighed med organisationerne.

Regeringen foreslår derfor som noget nyt, at Forbrugerombudsmanden og relevante erhvervs- og forbrugerorganisationer kan aftale, at tiltrådte retningslinjer gives en mere bindende karakter. Det foreslås, at der i § 17 indsættes et nyt stk. 2, der indeholder en bestemmelse, som fastslår, at tiltrådte retningslinjer efter aftale kan gøres bindende. Dette er et tilbud til erhvervslivet, der medfører, at en branche kan øge troværdigheden over for forbrugere. Tiltrædelse af ret-

ningslinjerne er således et signal til forbrugerne om en høj branchestandard. Denne selvregulering kan anvendes i virksomhedernes markedsføring.

Det foreslås, at bindende retningslinjer kan danne grundlag for et administrativt påbud fra Forbrugerombudsmanden, uden at denne først skal være forpligtet til at forhandle med den erhvervsdrivende. Forbrugerombudsmanden skal dog efter reglerne i forvaltningsloven give den erhvervsdrivende lejlighed til at udtale sig, inden det pågældende påbud meddeles. En straffesag om overtrædelse af et påbud forudsætter, at den erhvervsdrivende, efter at påbudet er meddelt, gentager handlingen. Om påbudets virkninger henvises til bemærkningerne til nr. 5.

Bindende retningslinjer har virkning over for alle virksomheder inden for den pågældende branche, dvs. også virksomheder, der ikke er medlem af en tiltrædende organisation. Disse vil således skabe mere lige konkurrencevilkår for hele branchen. Da de bindende retningslinjer også gælder for den del af branchen, der ikke er organiseret, vil de medvirke til at undgå konkurrenceforvridende adfærd mellem de virksomheder, der er medlem af en brancheorganisation og dermed føler sig forpligtet, og de virksomheder, der står uden for.

Bindende retningslinjer skal tiltrædes af de relevante erhvervs- og forbrugerorganisationer, der er forhandlet med. Efter behov inddrager Forbrugerombudsmanden andre myndigheder i forhandlingerne. Med »relevante« organisationer i det foreslåede stk. 2 henvises til de for problemstillingen interesssemæssigt centrale og brede, landsdækkende organisationer, og ikke til mindre specialiserede organisationer.

Såfremt der ikke inden for en branche findes sådanne organisationer, vil Forbrugerombudsmanden være afskåret fra at aftale bindende retningslinjer på dette område.

For virksomhederne indebærer bindende retningslinjer den fordel, at retningslinjerne bl.a. konkretiserer indholdet af generalklausulen i markedsføringslovens § 1 og lovens øvrige bestemmelser, og at organisationerne selv får indflydelse på indholdet af retningslinjerne.

Når organisationerne har accepteret bindende retningslinjer, påtager de sig samtidig en forpligtelse til loyalt og aktivt at medvirke til, at deres medlemmer overholder disse.

Såfremt en erhvervsdrivende gør indsigelse mod et påbud meddelt af Forbrugerombudsmanden for overtrædelse af bindende retningslinjer, skal Forbrugerombudsmanden indbringe sagen for domstolene, jf. forslaget til § 19, stk. 3. Retningslinjer udelukker ikke

domstolene fra efter påstand at foretage en prøvelse af, om overtrædelser i de enkelte tilfælde er i strid med god markedsføringsskik eller andre bestemmelser i loven. Det må dog forventes, at domstolene vil tillægge det betydning, at retningslinjerne er tiltrådt af berørte organisationer og myndigheder på området, og derfor vil være tilbageholdende med at tilsidesætte de normer for god markedsføringsskik, der fremgår af retningslinjerne.

Retningslinjer, der måtte være tiltrådt af organisationerne inden lovens ikrafttræden, bliver ikke automatisk bindende, men organisationerne kan efterfølgende aftale med Forbrugerombudsmanden, at de gøres bindende.

En organisation kan efter den foreslåede stk. 3 opsiges en aftale efter stk. 2 om bindende retningslinjer med et aftalt varsel. Retningslinjerne er herefter ikke længere gældende i medfør af § 17, stk. 2, idet den aftalte bindende virkning ikke længere er tiltrådt af alle relevante organisationer på området. Dette indebærer, at Forbrugerombudsmanden kun kan meddele påbud for overtrædelser efter en forudgående forhandling, jf. nærmere bemærkningerne til nr. 5.

Retningslinjer udsendes til de relevante organisationer. De offentliggøres endvidere i Forbrugerstyrelsens Juridiske Årbog og på Forbrugerstyrelsens hjemmeside på Internettet. Bindende retningslinjer efter stk. 2 offentliggøres derudover af Forbrugerombudsmanden ved bekendtgørelse i Lovtidende.

Forbrugerombudsmanden kan ophæve bindende retningslinjer og vil i forbindelse hermed give et rimeligt varsel. Der kan dog opstå behov for uden varsel at ophæve retningslinjer, fx når en retningslinje ikke længere er aktuel, punkter i en retningslinje bliver underkendt ved domstolene eller bliver overflødiggjort af speciallovgivning. Ophævelse af retningslinjer efter stk. 2 bekendtgøres i Lovtidende.

Såfremt tilslutning til bindende retningslinjer opsiges af en organisation, bekendtgør Forbrugerombudsmanden, hvorvidt disse retningslinjer bibeholdes uden bindende virkning efter § 17, stk. 1, eller bortfalder.

Til nr. 5

Efter forslaget § 19, stk. 2, 1. pkt., kan Forbrugerombudsmanden meddele påbud, hvis en handling klart er i strid med loven, og handlingen ikke kan ændres ved forhandling. Et påbud til den erhvervsdrivende kan både være formuleret positivt som en handlepligt og negativt som et krav om for fremtiden at undlade en bestemt handling.

Et påbud efter forslaget til § 19, stk. 2, er med udgangspunkt i den aktuelle markedsføring begrænset til

kun at have virkning for igangværende og fremtidige handlinger. Påbudet vil således kunne indeholde et krav om tilbagekaldelse af materiale, der er led i igangværende markedsføring.

Påbudet vil derimod ikke kunne anvendes til administrativt at forbyde en erhvervsdrivende at påberåbe sig urimelige vilkår i allerede indgåede kontrakter. Et sådant indgreb er så byrdefuldt, at det kun bør ske ved dom, jf. den gældende § 13.

Hvis et af Forbrugerombudsmanden meddelt påbud indbringes for retten, er Forbrugerombudsmanden ikke afskåret fra at udvide sine påstande efter den gældende § 13, stk. 1, da disse vil blive underkastet prøvelse ved domstolen. Forbrugerombudsmanden vil fx kunne nedlægge påstand om, at påbudet også skal kunne udvides til at omfatte allerede indgåede kontrakter.

Afgangen til administrativt at meddele påbud gælder alle markedsføringslovens bestemmelser. Påbudet forudsætter imidlertid, at handlingen forgæves skal være forsøgt ændret eller bragt til ophør ved forhandling med den erhvervsdrivende. Forhandling er dog ikke nødvendig ved overtrædelse af bindende retningslinjer, jf. bemærkningerne til nr. 4.

Forbrugerombudsmanden kan kun meddele påbud i tilfælde af klare overtrædelser af markedsføringsloven, dvs. når der ikke er tvivl om retsstillingen. En klar retsstilling vil typisk foreligge, hvor praksis allerede er fastlagt, modsat tilfælde, hvor en afgørelse vil ændre retspraksis, eller hvor en afgørelse vil skabe en ny retsstilling. Som eksempel på en klar overtrædelse kan nævnes fremsendelse til forbrugere af udfyldte indbetalingskort med indbetalers navn, adresse, beløb og forfaldsdato, således at forbrugeren tror, at vedkommende skylder beløbet, men indbetalingskortet reelt dækker over, at forbrugeren skal narres til at indgå en aftale, fx tegne et abonnement.

En klar retsstilling vil også foreligge, hvor der ikke er tvivl om fortolkning af regelgrundlaget, fordi loven eller retsteorien er klar på området.

Som et eksempel på dette kan nævnes erhvervsdrivendes overtrædelser af præcise regler i særlovgivningen, fx kreditaftalelovens kap. 2 om kreditgivers oplysningspligt, § 7 i lov om visse forbrugeraftaler om pligt til at oplyse om fortrydelsesretten eller anvendelse af en ulovlig rentesats efter lov om renter ved forsinket betaling m.v. Sådanne handlinger vil tillige være i strid med markedsføringslovens § 1 om god markedsføringsskik.

Andre eksempler vil være klare overtrædelser af specialforbudene i §§ 6-9.

Det vil være op til Forbrugerombudsmanden som specialmyndighed ved sagens begyndelse at vurdere, om der er tale om en sag, hvor retsstillingen er så klar, at Forbrugerombudsmanden har mulighed for at meddele påbud, hvis forhandling med den erhvervsdrivende viser sig forgæves.

Eftersom de af Forbrugerombudsmanden meddelte påbud ikke kan påklages til højere administrativ instans, foreslås det i stk. 3, efter princippet i betalingskortloven, at den, påbudet retter sig mod, kan forlange påbudet indbragt for domstolene. I overensstemmelse med forvaltningslovens regler skal Forbrugerombudsmanden orientere om muligheden herfor, og at skriftlig anmodning herom skal være fremsat over for Forbrugerombudsmanden inden 4 uger. Sagen skal herefter inden 1 uge indbringes af Forbrugerombudsmanden for retten i den borgerlige retsplejes former. Retten kan i forbindelse hermed tage stilling til, om betingelserne for meddelelse af påbudet er opfyldt.

Udgangspunktet er, at anmodning om indbringelse for retten af det meddelte påbud ikke automatisk har opsættende virkning, men at retten ved kendelse kan bestemme, at den erhvervsdrivende kan fortsætte den handling, som påbudet angår, under retssagens behandling, således at påbudets indbringelse for retten får opsættende virkning.

Ankes en dom, hvor et af Forbrugerombudsmanden meddelt påbud ikke er fundet lovligt, foreslås det i stk. 5, at den ret, der har afsagt dommen eller den ret, hvortil ankesagen er indbragt, kan bestemme, at den pågældende ikke under ankesagen må udøve den handling, påbudet angår. Bestemmelsen indebærer således, at såfremt det af Forbrugerombudsmanden meddelte påbud stadfæstes, kan retten ikke tillægge anke af dommen opsættende virkning. Dette gælder uanset, om den pågældende under sagens behandling har kunnet fortsætte den handling, påbudet angår.

Konsekvenserne af, at et påbud senere ophæves af domstolene, vil være, at Forbrugerombudsmanden efter almindelige regler om offentlige myndigheders erstatningsansvar vil kunne blive erstatningsansvarlig over for den erhvervsdrivende efter dansk rets almindelige erstatningsretlige regler. I givet fald vil der som udgangspunkt kunne kræves erstatning for det fulde tab, der er forårsaget ved påbudet.

Det foreslås endeligt, at tilsidesættelse af et påbud udstedt efter forslaget til § 19, stk. 2, medfører strafansvar i form af bøde eller hæfte, jf. forslaget til § 22, stk. 1. Under en straffesag vil domstolene kunne prøve, om påbudet er overtrådt, og om påbudet har den fornødne hjemmel.

Til nr. 6

Forslaget er en konsekvens af lov nr. 731 af 7. december 1988 om ændring af retsplejeloven, lov om fremgangsmåden ved inddrivelse af skatter og afgifter m.v. og lov om retsafgifter.

Ændringerne af retsplejeloven har medført, at de nuværende henvisninger til retsplejeloven ikke længe er korrekte.

Forslaget indebærer, at de tidligere henvisninger til retsplejelovens bestemmelser om, at forbudssager behandles i overensstemmelse med den civile retspleje udgår. Henvisningerne er overflødige, da alle forbudssager efter markedsføringslovens § 21 bliver anlagt ved Sø- og Handelsretten i København, og derved er omfattet af den civile retspleje.

Videre medfører forslaget, at der henvises til proportionalitetsgrundsætningen i retsplejelovens § 643, stk. 2. Hermed tydeliggøres det, at denne bestemmelse gælder ved domstolenes vurdering af lovligheden af forbud i medfør af markedsføringslovens § 21.

Efter den nuværende retsplejelovs § 651, stk. 2, kan en person, der medvirker til overtrædelse af et forbud, udover at ifalde erstatningsansvar, nu idømmes straf.

Denne udvidelse af bestemmelsen bør ligeledes omfatte forbud nedlagt i medfør af markedsføringsloven.

Videre er der efter revisionen i 1988 af retsplejeloven i § 645, stk. 2 og 3, hjemmel til at beslaglægge rørligt gods, såfremt det anvendes eller har været anvendt til overtrædelse af forbudet, eller der er bestemte grunde til at antage, at det vil blive anvendt til sådant formål. Denne bestemmelse bør ligeledes finde anvendelse ved forbud nedlagt i medfør af markedsføringslovens § 21.

Til nr. 7

Forslaget er en konsekvensrettelse til ændringen under nr. 5. Tilsidesættelse af et af Forbrugerombudsmanden meddelt påbud kan straffes med bøde eller hæfte.

Til nr. 8

Forslaget indeholder den i lovgivningen nu anvendte formulering af strafansvar for juridiske personer.

Til § 2

Det foreslås, at lovændringen træder i kraft den 1. juli 1999.

Lovforslaget sammenholdt med gældende lov

Gældende formulering

§ 4. Over for forbrugere må erklæring om ydelse af garanti eller lignende kun anvendes, såfremt erklæringen giver modtageren en væsentlig bedre retsstilling end den, modtageren har efter lovgivningen.

§ 15. Forbrugerombudsmanden fører tilsyn med, at loven overholdes, navnlig ud fra hensynet til forbrugerne.

Stk. 2. Forbrugerombudsmanden kan kræve meddelt alle oplysninger, som skønnes nødvendige for dennes virksomhed, herunder til afgørelse af, om et forhold falder ind under lovens bestemmelser.

Stk. 3. Forbrugerombudsmanden skal opfylde de almindelige betingelser for at blive udnævnt til dommer.

Stk. 4. Forbrugerombudsmandens afgørelser efter denne lov kan ikke indbringes for anden administrativ myndighed.

Lovforslaget

§ 1

I lov nr. 428 af 1. juni 1994 om markedsføring foretages følgende ændringer:

1. Overalt i loven ændres »Industri- og samordningsministeren« til: »Erhvervsministeren«, og »industri- og samordningsministeren« ændres til: »erhvervsministeren«.

2. I § 4 indsættes som stk. 2:

»Stk. 2. Ydes der garanti, skal den erhvervsdrivende på klar og tydelig måde informere forbrugeren om dens indhold og give de oplysninger, der er nødvendige for at gøre garantien gældende. Endvidere skal den erhvervsdrivende på en klar og tydelig måde oplyse, at forbrugers ufravigelige rettigheder efter lovgivningen ikke berøres af garantien. Efter anmodning skal den erhvervsdrivende udlevere garantien skriftligt. Skriftlige garantier skal være affattet på dansk.«.

3. § 15, stk. 3, affattes således:

»Stk. 3. Forbrugerombudsmanden udnævnes af erhvervsministeren for et tidsrum af 6 år. Forlængelse eller genansættelse kan ikke finde sted. Forbrugerombudsmanden skal opfylde de almindelige betingelser for at blive dommer«.

Gældende formulering

Stk. 5. Industri- og samordningsministeren fastsætter nærmere regler om Forbrugerombudsmandens virksomhed.

§ 17. Forbrugerombudsmanden søger efter forhandling med de relevante erhvervs- og forbrugerorganisationer at påvirke de erhvervsdrivendes adfærd gennem udarbejdelse og offentliggørelse af retningslinjer for markedsføring på nærmere angivne områder, der må anses for væsentlige, navnlig ud fra hensynet til forbrugerne.

§ 19. Enhver med en retlig interesse deri kan anlægge sag om forbud, påbud og erstatning efter § 13. Forbrugerombudsmanden kan anlægge sag om forbud og påbud efter § 13, stk. 1.

Lovforslaget

4. I § 17 indsættes som *stk. 2-4*:

»*Stk. 2.* Retningslinjer efter stk. 1, der er tiltrådt af relevante erhvervs- og forbrugerorganisationer, kan efter aftale med disse danne grundlag for påbud meddelt af Forbrugerombudsmanden, jf. § 19, stk. 2, 2. pkt.

Stk. 3. En organisation kan opsige en aftale efter stk. 2 med et aftalt varsel.

Stk. 4. Forbrugerombudsmanden bekendtgør ikrafttræden og opsigelse af en aftale efter stk. 2. Ved opsigelse efter stk. 3 bekendtgør Forbrugerombudsmanden, fra hvilken dato retningslinjerne ikke længere er omfattet af stk. 2, og om retningslinjerne bibeholdes efter stk. 1 eller bortfalder«.

5. I § 19 indsættes efter *stk. 1* som nye stykker:

»*Stk. 2.* Forbrugerombudsmanden kan meddele påbud, hvis en handling klart er i strid med loven og ikke kan ændres ved forhandling. For overtrædelse af retningslinjer, jf. § 17, stk. 2 og 4, kan påbud meddeles uden forudgående forhandling.

Stk. 3. Et påbud kan af den, påbudet retter sig mod, forlanges indbragt for domstolene. Anmodning herom skal fremsættes skriftligt over for Forbrugerombudsmanden inden 4 uger efter, at påbudet er meddelt den pågældende. Forbrugerombudsmanden skal inden 1 uge efter modtagelse af anmodningen indbringe sagen for retten i den borgerlige retsplejes former.

Stk. 4. Anmodning efter stk. 3 har ikke opsættende virkning, men retten kan ved kendelse bestemme, at den pågældende under sagens behandling kan fortsætte den handling, påbudet angår.

*Gældende formulering**Lovforslaget*

Stk. 2. Rejses tiltale for overtrædelse af loven, overlades udførelsen af tiltalen til Forbrugerombudsmanden, såfremt denne begærer dette.

§ 21. Forbrugerombudsmanden kan, når der er øjensynlig fare for, at formålet med et forbud som nævnt i § 13, stk. 1, vil forspildes, hvis retens afgørelse skal afventes, nedlægge foreløbigt forbud. Sag til stadfæstelse af forbudet skal anlægges senest næste hverdag. Reglerne i retsplejelovens §§ 648, stk. 1, 1. pkt., og stk. 2, 649, 650 og 651 finder tilsvarende anvendelse, og reglerne i §§ 628, stk. 1, 629, 633, 634, stk. 2 og 5, 636, stk. 1, 639 og 640, stk. 1, finder anvendelse med de fornødne lempelser.

§ 22. Tilsidesættelse af et af retten nedlagt forbud eller påbud eller et af Forbrugerombudsmanden i henhold til § 16, stk. 2, meddelt påbud straffes med bøde eller hæfte. Tilsidesættelse af et påbud om at tilbagebetale en modtaget pengeydelse straffes dog ikke.

Stk. 2. Den, som undlader at meddele oplysninger, der afkræves efter § 15, stk. 2, eller som i forhold, der omfattes af loven, meddeler Forbrugerombudsmanden urigtige eller vildledende oplysninger, straffes med bøde, medmindre højere straf er forskyldt efter anden lovgivning.

Stk. 3. Overtrædelse af bestemmelserne i § 2, stk. 1-3, §§ 6-9 og forsætlig overtrædelse af § 5 straffes med bøde, medmindre højere straf er forskyldt efter anden lovgivning. Overtrædelser af § 2, stk. 2 og 3, der består i skadelig omtale af en anden erhvervsdrivende eller af forhold, der særligt angår den pågældende, er undergivet privat påtale.

Stk. 4. Overtrædelse af § 10 straffes med bøde, hæfte eller fængsel indtil 2 år. Påtale finder kun sted efter den forettedes begæring.

Stk. 5. I forskrifter, der udstedes i medfør af §§ 11 og 12, kan der fastsættes straf af bøde for overtrædelse af bestemmelser i forskrifterne.

Stk. 5. Ankes en dom, hvorved et påbud ikke findes lovligt, kan den ret, der har afsagt dommen, eller den ret, hvortil sagen er indbragt, bestemme, at den pågældende ikke under ankesagen må udøve den handling, påbudet angår.

Stk. 2 bliver herefter *stk. 6*.

6. § 21, *stk. 1, 3. pkt.*, affattes således:

»Reglerne i retsplejelovens §§ 642, nr. 2, 643, 645, stk. 1-3, og 651 finder tilsvarende anvendelse, og reglerne i §§ 636, 638 og 648, stk. 2, finder anvendelse med de fornødne lempelser«.

7. I § 22, *stk. 1*, indsættes efter »16, stk. 2,»: »eller § 19, stk. 2,«.

Gældende formulering

Stk. 6. Er overtrædelsen begået af et aktieselskab, andelsselskab eller lignende, kan der pålægges selskabet som sådant bødeansvar. Er overtrædelsen begået af staten, en kommune eller et kommunalt fællesskab, kan der pålægges staten, kommunen eller det kommunale fællesskab bødeansvar.

Lovforslaget

8. § 22, stk. 6, affattes således:

»*Stk. 6.* Der kan pålægges selskaber m.v. (juridiske personer) strafansvar efter reglerne i straffelovens 5. kapitel«.

Til lovforslag nr. L 136. Skriftlig fremsættelse (9. december 1998)

Erhvervsministeren (Pia Gjellerup):

Herved tillader jeg mig for Folketinget at fremsætte:

Forslag til lov om ændring af lov om markedsføring (Oplysningskrav til forbrugergarantier, regler om Forbrugerombudsmandens ansættelse og styrkelse af Forbrugerombudsmandens indgrebsmuligheder).

(Lovforslag nr. L 136).

Lovforslaget indebærer ændringer i den gældende markedsføringslov fra 1994 med henblik på at styrke forbrugerbeskyttelsen og gøre markedsføringsloven mere effektiv.

Regeringens forbrugerpolitiske strategi blev fremlagt for Folketinget den 30. april 1997. Som et element i denne fremsatte regeringen den 4. februar 1998 et lovforslag om ændring af lov om markedsføring (L 172 1997-98). I dette lovforslag blev forbrugerbeskyttelsen søgt styrket i relation til garantier samt ved at give Forbrugerombudsmanden mulighed for at meddele påbud. Forslaget indeholdt en bestemmelse om at gøre aftalte retningslinier bindende, hvis de tiltrædes af relevante forbruger- og erhvervsorganisationer. Lovforslaget indeholdt endvidere regler om Forbrugerombudsmandens ansættelse.

På baggrund af Folketingets førstebehandling af L 172 og de fremsatte synspunkter præciserer lovforslaget i forhold til det tidligere lovforslag garantireglen yderligere, ligesom det af lovforslaget fremgår, at Forbrugerombudsmanden kun kan anvende den nye beføjelse om at meddele påbud over for ulovlige handlinger på områder, hvor retsstillingen er klar. Derudover foreslås en opdatering af henvisningerne til retsplejeloven for så vidt angår regler for behandling af foreløbige forbud, som Forbrugerombudsmanden anlægger ved Sø- og Handelsretten i København.

Efter den gældende regel i markedsføringsloven må erklæring om garanti over for forbrugere

kun anvendes, hvis garantien giver forbrugeren en væsentlig bedre retsstilling end den, modtageren har efter lovgivningen. Lovforslaget ændrer ikke herpå. For at styrke forbrugernes bevismæssige stilling og forebygge tvister, foreslås den eksisterende bestemmelse udbygget således, at den erhvervsdrivende på klar og tydelig måde skal oplyse forbrugeren om garantiens indhold og angive de oplysninger, der er nødvendige for at gøre garantien gældende. Det foreslås videre, at forbrugeren ved aftalens indgåelse kan anmode om at få garantien skriftligt. I forhold til det tidligere lovforslag styrkes forbrugerbeskyttelsen ved, at forbrugeren kan forlange en skriftlig garanti på dansk, ligesom det klart skal fremgå, at garantien ikke ændrer på forbrugerenes ufravigelige rettigheder efter lovgivningen.

For at sikre forbrugerombudsmandsinstitutionen en større uafhængighed foreslås det, at reglerne for Forbrugerombudsmandens ansættelse ændres, således at Forbrugerombudsmanden er ansat for en periode på 6 år uden mulighed for forlængelse eller genansættelse. Forslaget har til formål at sikre forbrugerombudsmandsinstitutionen større uafhængighed og dynamik i forhold til i dag, hvor Forbrugerombudsmanden er ansat efter reglerne for tjenestemænd.

Regeringen har ud fra ønsket om at styrke forbrugernes interesser og de seriøse virksomheders muligheder for at agere i et ordentligt konkurrenceklima lagt vægt på at effektivisere Forbrugerombudsmandens funktion. Som led i markedsføringstilsynet fører Forbrugerombudsmanden dialog med erhvervslivets brancheorganisationer, fx om etiske kodeks, såkaldte retningslinier, men selvom der opnås enighed, er retningslinierne ikke bindende. Regeringen foreslår derfor som noget nyt, at Forbrugerombudsmanden og relevante erhvervs- og forbrugerorganisationer kan aftale, at tiltrådte retningslinier gives en mere bindende karakter. Der foreslås derfor en

ny bestemmelse, som giver relevante erhvervs- og forbrugerorganisationer mulighed for at aftale med Forbrugerombudsmanden, at forhandlede og tiltrådte retningslinier kan gøres bindende. Dette er et tilbud til erhvervslivet, der medfører, at en branche kan øge troværdigheden over for forbrugerne. Tiltrædelse af retningslinierne og aftale om bindende virkning er således et signal til forbrugerne om en høj branchestandard, og denne selvregulering kan anvendes i virksomhedernes markedsføring. En sådan mulighed anser regeringen for nyttig, da den kan medvirke til en fair konkurrence inden for de enkelte brancher, som også forbrugerne kan være tjent med.

Forslaget indebærer, at Forbrugerombudsmanden kan meddele påbud, hvis en virksomhed tilsidesætter tiltrådte retningslinier, der er bekendtgjort i Lovtidende.

Det foreslås, at Forbrugerombudsmanden får kompetence til at meddele påbud ved klare overtrædelser af markedsføringsloven, hvis forhandlinger med den pågældende virksomhed ikke kan bringe den ulovlige handling til ophør. I forhold til det tidligere fremsatte lovforslag er det i lovforslaget præciseret, at denne nye beføjelse

kun kan bruges af Forbrugerombudsmanden på områder, hvor retsstillingen er klar.

Den foreslåede beføjelse til hurtigere indgreb er i såvel forbrugernes som de seriøse virksomheders interesse. Forslaget skal således sikre, at virksomheder, som anvender ulovlige markedsføringsforanstaltninger, ikke derved kan konkurrere på bekostning af de lovlige virksomheder.

Selvom påbudet som nævnt kun kan anvendes ved klare overtrædelser foreslås det som en yderligere styrkelse af virksomhedernes retssikkerhed, at den erhvervsdrivende kan fremsætte indsigelse mod påbudet. Sker dette, skal Forbrugerombudsmanden inden 1 uge indbringe sagen for domstolene. Retten kan efter forslaget ved kendelse beslutte, om aktiviteterne kan fortsætte, indtil der falder dom i sagen. En sådan kendelse vil efter oplysninger fra Sø- og Handelsretten i København normalt kunne afsiges inden for 3-5 retsdage.

Idet jeg henviser til de udførlige bemærkninger til lovforslaget, skal jeg anbefale forslaget til Folketingets velvillige behandling.