

Bemærkninger til lovforslaget.

Almindelige bemærkninger.

Handelsministeriet nedsatte i 1959 et udvalg med den opgave at undersøge, om den gældende konkurrence Lov, jfr. Lovbekendtgørelse nr. 145 af 1. maj 1959, under hensyn til den skete udvikling i konkurrenceforholdene, herunder især omfanget af og formen for de senere års præmiekonkurrencer, opfyldte de krav, erhvervslivet og forbrugerne måtte stille til en lovgivning til fremme af lige og sund konkurrence.

Konkurrence Lovudvalget afgav betænkning i 1966 (nr. 416/1966). Udvalgets flertal fremlagde udkast til en ny konkurrence Lov, som ud over en generalklausul i § 1 kun indeholdt bestemmelser om vildledende reklame, erhvervshemmeligheder, tekniske tegninger, rabatmærker og beskyttelse af forretningskendetegn m.v. Hertil kom bestemmelser om straf og påtale.

Et flertal foreslog endvidere, at de interesserede erhvervs- og forbrugerorganisationer undersøgte muligheden for oprettelse af et opinionsnavn til behandling af konkurrencesager. Dette fremhævedes i særlig grad fra forbrugerside, mens der fra erhvervs side henvistes til, at sager af denne art bedst som hidtil behandlede ved sø- og handelsretten.

Et mindretal foreslog herudover bestemmelser om udsalg, om forbud mod tilgift, reklamebortlodninger, leverandørrabatter m.v.

I folketingsåret 1966-67 fremsattes lovforslag i overensstemmelse med det af udvalgets flertal udarbejdede lovudkast, idet der dog blev optaget et forbud mod reklamebortlodning — se Folketingstidende 1966-67, 2. samling, folketingets forhandlinger, spalte 1916 og spalte 3288.

Når lovforslaget ikke indeholdt bestemmelser om tilgift og andre salgsfremmende foranstaltninger, hang det sammen med, at sådanne forhold i fornødent omfang skønnedes at ville kunne rammes efter den foreslåede generalklausul, der var sålydende: „I erhvervs virksomhed må ikke foretages handlinger, der strider mod god forretningsskik“.

Efter 1. behandling i tinget blev forslaget henvist til et udvalg, der ikke afsluttede sit arbejde, men afgav en foreløbig beretning, se Folketingstidende B spalte 2123. Lovforslaget fremsattes på ny i oktober 1967 og blev atter efter 1. behandling henvist til et udvalg, se Folketingstidende 1967-68, 1. samling spalte 100 og spalte 371. Forslaget var identisk med det oprindeligt fremsatte forslag bortset fra enkelte ændringer af teknisk karakter. Udvalget nåede ikke at færdigbehandle forslaget, før der blev truffet

bestemmelse om udskrivning af valg. Forslaget genfremsattes på ny i 2. samling 1967-68, men blev ikke færdigbehandlet, se Folketingstidende A spalte 740 og 1472 samt Folketingstidende B spalte 1565.

I december 1969 nedsatte handelsministeriet Forbrugerkommissionen, der fik til opgave at foretage en samlet vurdering med henblik på udformningen af en tidssvarende forbrugerpolitik og bl. a. i forbindelse hermed at undersøge forbrugernes stilling inden for konkurrence Lovgivning. Kommissionen skulle ved fremsættelsen af forslag tage muligheden for et øget nordisk samarbejde om lovgivning af interesse for forbrugerne i betragtning.

Kommissionen afgav i 1971 delbetænkning om mærkning og skiltning m.v. inden for forbrugerområdet (betænkning I nr. 597-1971) og i 1973 delbetænkning om markedsføring, forbrugerombudsmand og forbrugerklagenævn (betænkning II nr. 681-1973).

Allerede under behandlingen i konkurrence Lovudvalget fandt der et samarbejde sted med tilsvarende udvalg nedsat i de øvrige nordiske lande. I 1968 blev der indledt forhandlinger mellem vedkommende ministerier i de nordiske lande med henblik på en yderligere harmonisering af forslagene. I 1969 brød forhandlingerne sammen, idet man fra svensk side besluttede i stedet for det af den svenske konkurrence Lovkomité udarbejdede lovudkast at gå ind for en lovgivning om utilbørlig markedsføring.

Den svenske lov om utilbørlig markedsføring af 29. juni 1970 trådte i kraft den 1. januar 1971. Markedsføringsloven omfatter i Sverige ikke hele området for den illoyale konkurrence, men er koncentreret om bestemmelser, der har speciel interesse set fra et forbrugersynspunkt. En del af reglerne i den hidtil gældende lov fra 1931 om illoyal konkurrence blev opretholdt. Det drejer sig om bestemmelserne om erhvervshemmeligheder, tekniske tegninger, regler om bestikkelse m.v. Markedsføringsloven indeholder ud over generalklausulen bestemmelser mod vildledende reklame, rabatmærker og tilgift.

Den svenske markedsføringslov er således ikke nogen lov om illoyal konkurrence i traditionel forstand, men det fremgår af såvel Lovteksten som dens motiver, at det tilsigtes at beskytte både de næringsdrivende og forbrugerne imod utilbørlige handlinger.

Efter generalklausulen i lovens første paragraf kan der med sådanne handlinger af den særlige markedsdomstol nedlægges forbud, der er forbundet med en af domstolen fastsat bod. Denne forfalder til betaling, hvis forbudet overtrædes.