

F. t. l. om markedsføring.

skik og god bank- og sparekassepraksis. Tilsynet med banker og sparekasser skal påse overholdelsen af nævnte bestemmelse, til hvis overtrædelse der i øvrigt ikke er knyttet sanktioner. Banker og sparekasser er i deres egenskab af private erhvervsvirksomheder også omfattet af bestemmelserne i forslaget til markedsføringslov, herunder generalklausulen i § 1. Bliver der til forbrugerombudsmanden eller domstolene indbragt sager, der omfatter spørgsmål om, hvorvidt banker eller sparekasser har handlet i overensstemmelse med god markedsføringssskik, må det være naturligt og praktisk, at disse organer under sagens behandling tager kontakt med tilsynet med banker og sparekasser.

Til § 2.

Der henvises til bemærkningerne til kommissionsudkastets § 2, betænkningen side 19 ff.

Paragraffen træder i stedet for §§ 1 og 10 i den gældende konkurrencelov og svarer i realiteten til § 2 i kommissionens lovudkast.

Af sproglige og forståelsesmæssige grunde er bestemmelserne om „angivelser“ og „fremgangsmåder“ blevet adskilt, således at „angivelser“ behandles i stk. 1 og 2, medens bestemmelser om „fremgangsmåder“ anføres i stk. 3. Det er en forudsætning for anvendelsen af bestemmelserne i stk. 1-3, at de der omtalte angivelser og fremgangsmåder er egnede til at påvirke efterspørgsel eller udbud af varer, fast ejendom eller arbejds- og tjenesteydelser. Det er ikke afgørende, at de har haft denne virkning, men blot at angivelserne og fremgangsmåderne objektivt er egnede til at fremkalde sådan virkning.

Medens angivelsernes retsstridighed i stk. 1 er betinget af, at de er urigtige, vildledende eller urimeligt mangelfulde, er de i stk. 2 omhandlede angivelser forbudte uafhængig af, om de er sande eller usande. De vil kunne være sande og dog stridende mod bestemmelsen eller deres bedømmelse vil helt undrage sig en sandhedsprøvelse.

Angivelser, der er utilbørlige på grund af deres form, kan forekomme f. eks. i tilfælde af sammenligninger med andres varer. Udstiller en erhvervsdrivende f. eks. en konkurrens varer under særlig ugunstige forhold eller betegner varerne med nedsettende udtryk på en måde, der er egnede til at bringe disse i miskredit hos køberne og dermed til at påvirke efterspørgslen, vil forholdet være omfattet af loven. Angivelser, der er utilbørlige, fordi de angår uvedkommende forhold, kan dreje sig om konkurrentens privatliv, der er den erhvervs-mæssige konkurrence uvedkommende eller om visse befolk-

ningsgrupper — forbruges — særlige forhold f. eks. tro, vaner eller politiske indstilling.

Ligeledes kan de i stk. 3, andet led, nævnte fremgangsmåder være utilbørlige, uanset at vildledelse ikke kan godtgøres. Bestemmelsen i stk. 3, andet led, giver mulighed for at ramme visse former for krosalg og dørsalg, som giver anledning til misbrug over for svage forbrugergrupper og indeholder også hjemmel til at skride ind over for andre salgsformer, hvor uvedkommende forhold inddrages i forbrugernes købovervejelser, således f. eks. den form for salg, der består i, at potentielle købere får varer demonstreret i privathjem efterfulgt af bestillingsoptagelse. Denne salgsmetode anvendes bl. a. af nogle udenlandske selskabers herværende datterselskaber, der i øvrigt benytter sig af pyramidesystemet, hvorved forstås et system, hvor sælgerne betaler for at deltage og til gengæld har udsigt til gevinst, når de ansætter yderligere sælgere. Dette system har i udlandet og her i landet givet anledning til megen kritik. Der kan således henvises til spørgsmål i folketinget stillet til handelsministeren og justitsministeren og ministrenes svar, Folketingstidendeⁿ 1972-73, sp. 1327-31 og 1973-74 sp. 379-386. Mød affattelsen af den foreslåede § 2, stk. 3, andet led, er der tilvejebragt mulighed for, at der kan skrives ind over for misbrug af dette salgssystem, der i øvrigt kan være stridende mod generalklausulen i lovfor-slagets § 1.

Ved den ændrede formulering af stk. 4 er det tydeliggjort, at bestemmelserne i stk. 1-3 finder anvendelse for så vidt angår forbrugersiden ikke alene på Forbrugerrådet, men også på Statens Husholdningsråd, således som forudsat i kommissionens betænkning.

Til § 3.

Der henvises til bemærkningerne til kommissionsudkastets § 3, betænkningen s. 21 f.

Hvis den vejledning, der tales om i bestemmelsen, skal være af værdi for køberen ved hans bedømmelse af, om køb skal foretages, må den normalt skulle gives af sælgeren ved tilbudets afgivelse eller i hvert fald ved aftalens indgåelse. Der kan dog være tale om varetransaktioner, hvor det er kutyme, at en del af den påkrævede vejledning gives i form af f. eks. brugsanvisning på leveringstidspunktet. At dette kan være tilstrækkeligt — i tilfælde, hvor vejledningen går på genstandens brug m. v. uden at være påkrævet for selve købovervejelserne — kommer til udtryk i bestemmelsen ved indføjes af ordene „efter omstændighederne“ foran „leveringstidspunktet“; bortset herfra er formuleringen identisk med § 3 i kommissionens lovudkast.