

Bemærkninger til lovforslaget

Almindelige bemærkninger

1. Baggrunden for forslaget om ophævelse af §§ 6-8 a

Regeringens afbureaukratiseringsudvalg har foreslået markedsføringslovens §§ 6-8 (om tilgift, rabatmærker og præmiekonkurrencer) ophævet. Tilsvarende blev foreslået i rapporten fra Industriministeriets fremtidssikringsudvalg, der endvidere foreslog § 8 a om rentefri kredit ophævet.

Forbudet imod tilgift i § 6 i markedsføringsloven kan føres tilbage til den tidligere konkurrencelovs § 12, stk. 1, dog således at konkurrenceloven ikke omfattede tilgift ved fast ejendom.

§§ 7 og 8 i markedsføringsloven kom til i 1975 i forbindelse med markedsføringslovens ikrafttræden.

Som et led i karetoffekuren i efteråret 1986 blev § 8 a om forbud mod rentefri kredit indsat i markedsføringsloven.

Forslag om ophævelse af disse bestemmelser begrundedes af fremtidssikringsudvalget med, at nytteværdien af de nævnte forbud i markedsføringsloven ikke står mål med de ressourcer, der anvendes til sikring af reglerne overholdelse. Der peges dog på de værdier, sådanne bestemmelser har for de erhvervsdrivende indbyrdes, idet reglerne forhindrer, at der konkurreres ved smarte præmiekonkurrencer og tilgiftstiltag og lignende frem for på det egentlige produkt. Udvalget mente dog, at forbrugerne i dag er så bevidste, at de ikke vælger et produkt på grund af tilgift.

Selv om bestemmelserne i §§ 6-8 i markedsføringsloven foreslås ophævet, er det ikke meningen, at ethvert tiltag inden for dette område herefter skal betragtes som værende i overensstemmelse med markedsføringsloven.

Spørgsmålet om deres lovlighed vil i så fald bero på en konkret vurdering i medfør af generalklausulen i markedsføringslovens § 1, der forbyder handlinger i strid med god markedsføringsskik. Når tiltag inden for området tilgift, rabatmærker og præmiekonkurrencer skal bedømmes efter § 1 i markedsføringsloven, vil kravet om god markedsføringsskik alene give mulighed for, at der i enkeltstående tilfælde skrides ind over for markedsføringsforanstaltninger. For ek-

sempel når disse tiltag må forudses at skabe mindre grad af gennemsigtighed i markedsføringen, som f.eks. hvis markedsføringsforanstaltninger virker prisslørende over for forbrugerne.

Er markedsføring med tilgift, rabat eller konkurrencer vildledende, vil Forbrugerombudsmanden endvidere kunne påtale dette efter markedsføringslovens § 2, stk. 1, der forbyder urigtige, vildledende eller urimeligt mangelfulde angivelser af betydning for udbud og efterspørgsel. Bestemmelsen er strafsanktioneret, jf. markedsføringslovens § 19.

Vurdering og bedømmelse af sådanne sager alene efter § 1 i markedsføringsloven må forudsætte, at Forbrugerombudsmanden optager forhandlinger med erhvervslivets og forbrugernes organisationer om de retningslinjer, der skal gælde for den fremtidige anvendelse af tilgift, rabatmærker og konkurrencer i markedsføringen.

Baggrunden for § 8 a i markedsføringsloven var et ønske om at fremme opsparingen og nedbringe gældsætningen, idet bestemmelsen tog sigte på at dæmme op for den på det tidspunkt omsiggribende markedsføring af rentefri kontoordninger.

Bestemmelsen indeholder ikke blot et forbud mod at yde og reklamere med rentefri kredit, men det er yderligere bestemt, at forbrugeren skal betale en mindsterente på for tiden 11 pct. p.a.

Borset fra perioden umiddelbart efter vedtagelsen i efteråret 1986 har der kun været ganske få sager til behandling vedrørende § 8 a i markedsføringsloven.

P.g.a. udviklingen i skatte- og afgiftslovgivningen er bestemmelsen i § 8 a i markedsføringsloven overflødig, og det er fundet mest hensigtsmæssigt at ophæve bestemmelsen.

Industriministeriet forelagde i december 1989 en række erhvervsorganisationer m.v. forslaget om ophævelse af §§ 6-8a.

2. Baggrunden for forslaget om særlige regler om sikkerhedskrav til legetøj og produkter, som kan forveksles med levnedsmidler

Hovedformålet med forslaget er at skabe grundlag for en gennemførelse af EF-direktivet om indbyrdes