

Bemærkninger til lovforslaget

Almindelige bemærkninger

Overflødige og unødvendige love skal så vidt muligt afskaffes. Skadelige love skal i endnu højere grad afskaffes. Markedsføringsforbudene i markedsføringsloven er både overflødige, unødvendige og skadelige. Derfor foreslås det, at kapitel 2, der omfatter §§ 6–8 a, i lov om markedsføring ophæves.

Ophævelsen af markedsføringsforbudene bør være et godt og enkelt eksempel på den reelle gennemførelse af afbureaukratisering og lovsanering, som stort set alle Folketingets partier med jævne mellemrum taler så pænt om, men gør så lidet ved.

Markedsføringsforbudene i markedsføringsloven består i grove træk af forbud og diverse forbehold over for tilgift, rabatmærker, lodtrækning og rentefri konti. Tiden er løbet fra hensigten bag loven, der primært er at beskytte forbrugeren. Loven brydes dagligt uden væsentlige indsigelser. Endvidere er loven gennemhullet af undtagelser. Det er på tide, at Folketinget tilpasser loven til realiteternes verden og ophæver markedsføringsforbudene i markedsføringsloven.

Der er ingen fare for, at afskaffelsen af markedsføringsforbudene vil føre til kaos og urimelige tilstande. Forbudene er i bedste fald overflødige. Og forbrugere vil fortsat være beskyttet af markedsføringslovens generalklausul § 1, der siger, at der ikke må foretages handlinger, der strider mod god markedsføringsskik.

Danmark er en del af et internationalt samfund. Internationaliseringen tiltager dagligt. Forretningsenhederne bliver større og større. Konkurrencen skærpes. Med disse trends for øje har vi ikke råd til at være bagstræberiske i Danmark. Vi må skaffe vort erhvervsliv frie og optimale eksistensbetingelser. En lille gestus i den forbindelse er at fjerne unødvendige forbud, der hæmmer erhvervslivet i dets daglige virke. Et af disse generende forbud er markedsføringslovens 4 markedsføringsforbud.

Bemærkninger til lovforslagets enkelte bestemmelser

Til § 1

Ad nr. 1

Forslaget indebærer, at markedsføringslovens §§ 6–8 a udgår. Om de nuværende lovbestemmelser bemærkes:

Til § 6 – forbud mod tilgift

Tilgift benyttes ofte i forbindelse med promotionsaktiviteter, hvor specielle kampagnepakninger indgår. Danmark har i dag en langt mere restriktiv markedsføringslov end vores vigtigste samhandelspartner Tyskland og flere andre vigtige EF-samhandelspartnere. Både danske og udenlandske virksomheder, der arbejder internationalt, tvinges derfor til at tilpasse deres internationale kampagner efter dansk lovgivning.

Varerne skal ompakkes, og kampagnerne skal ændres. Derved hindrer den danske markedsføringslov varernes fri bevægelighed over grænserne.

Meningen med det indre marked må vel være, at virksomheder kan sælge de samme varer, pakket på samme måde ved brug af den samme reklamekampagne. Afskaffelse af markedsføringsforbudene i markedsføringsloven vil således være et vigtigt skridt mod åbne grænser og EF-harmonisering.

Forbudet mod tilgift overtrædes jævnligt, og for det meste går det upåagtet hen. Et enkelt besøg i et større supermarked er nok til at finde flere eksempler på overtrædelser af tilgiftforbudet.

Til § 7 – forbud mod rabatmærker

Rabatmærker er kun tilladt, såfremt de kan indløses til pålydende værdi her i Danmark, og dette er påtrykt mærkerne. Det er spørgsmålet, om et sådant krav er i overensstemmelse med EF-ret.

Producenterne tvinges derved til at lave forskellige produktioner til forskellige lande med deraf følgende omkostninger til produktion, logistik, lager m.m. Den optimale løsning med ét rabatmærke med tekst på forskellige sprog, der ikke kan indløses mod penge, men som kun kan bruges til at købe flere varer for, kan ikke realiseres.