

enkelte lande dog begrænset til købsbetinget deltagelse.

En regel i lighed med § 8a findes i Frankrig.

Der er altså en høj grad af overensstemmelse mellem dansk ret, anden nordisk ret og tysk ret. Forbudsregulering er i øvrigt udbredt i kontinentaleuropæisk ret, men ikke i anglo-amerikansk ret.«

Undersøgelsen har ikke omfattet andre typer af forbud end hvad der svarer til MFL §§ 6-8a.

Undtagelsen til §§ 6 og 7 for flyrejser er baseret på det synspunkt, at den danske luftfartsbranche i kraft af disse bestemmelser har været hindret i at tilbyde særlige »frequent flyer«-programmer, og at der derved er skabt »en konkurrencemæssig uholdbar situation mellem den udenlandske og den danske luftfartsbranche«. Undtagelsen skulle fjerne denne ulighed. Det forhold, at en branche er blevet undtaget fra reglerne i §§ 6 og 7 og således alene i deres salgsfremmende foranstaltninger af denne karakter underkastet reglerne i §§ 1 og 2, giver imidlertid anledning til generelt at overveje opretholdelsen af §§ 6 og 7.

I det omfang tilgift er vildledende, kan forholdet rammes af forbudet herimod. Endvidere vil tilgift i form af kombinationssalg efter omstændighederne kunne begrænse konkurrencen og kunne gøres til genstand for indgreb i henhold til konkurrenceloven. Et behov for præcisering af, hvilke tilgiftsformer der findes uacceptable, kan imødekommes ved hjælp af retningslinjer, hvis overtrædelse i sig selv indebærer en overtrædelse af kravet om god markedsføringskik, jf. herom nedenfor under 3. Noget specielt behov for strafsanktionering ses ikke at foreligge. På denne baggrund foreslås § 6 ophævet. Det er herved forudsat, at der udarbejdes retningslinjer af den nævnte art.

Bestemmelsen i § 7 om rabatmærker angår kun et enkelt spørgsmål vedrørende rabat og f.eks. ikke de kuponsystemer, som finder udbredt anvendelse i visse andre lande og lejlighedsvis dukker op her i landet. Bestemmelsen har ikke givet anledning til afgrænsnings- eller efterlevelseshen problemer som §§ 6 og 8. En specialregulering af netop denne rabatform fremfor andre kuponsystemer m.v. synes bedre anbragt sammen med den anden specialregel om rabat i lov om mærkning og skiltning med pris m.v., hvorfor bestemmelsen foreslås overflyttet dertil, dog begrænset til salg af varer, jf. prismærkningslovens § 1, med mulighed for udvidelse til tjenesteydelser, jf. prismærkningslovens § 4. Herved opnås en klargøring af, at rabatsystemer uanset indhold, form og præsentation er underkastet reglerne i markedsføringslovens §§ 1 og 2.

Derimod findes der fortsat behov for en regel i markedsføringsloven, som forbyder lodtrækning m.v., dog således at reglen begrænses til tilfælde, hvor deltagelse er betinget af køb, jf. herved betænkning nr. 416/1966, s. 72 ff. Forholdet har endvidere en sådan markedsføringsmæssig relevans, at bestemmelsen naturligt hører hjemme i markedsføringsloven, hvis tilsynsapparat også synes bedre egnet til at behandle spørgsmål vedrørende reglen end Justitsministeriet i henhold til lotterilovgivningen. § 8 bør derfor opretholdes, omend i ændret skikkelse.

3. Tilsyns- og sanktionsbestemmelser

Overtrædelse af den gældende lov kan imødegås med forbud, påbud, erstatning og straf. Adgangen til at give påbud er efter lovtæksten ganske snæver. Adgangen til at kræve erstatning er ikke nævnt i loven.

Samtidig indebærer det forhold, at lovens efterlevelse overvåges af Forbrugerombudsmanden, at lovens primære indgrebsmiddel i praksis er forhandling såvel med henblik på at bringe enkeltvirksomheders ulovlige adfærd til ophør som med henblik på at påvirke virksomhedernes fremtidige adfærd generelt.

I lyset af indvundne erfaringer efter forbrugerombudsmandsinstitutionens oprettelse, ud fra en almindelig skeptisk holdning til effektiviteten af strafsanktionen og i øvrigt med henblik på bedre at reflektere markedsføringslovens flerspektrede beskyttelsesformål foreslås der en udbygning af det civile retlige sanktionsapparat og reglerne om Forbrugerombudsmandens virkemidler på en måde, som samtidig kan bidrage til en effektivisering af markedsføringsloven i forhold til udenlandske firmaer.

For forbrugerombudsmandsinstitutionens vedkommende foreslås det, at tilsynsopgavens prioritering fastlægges i loven, og at der i loven sker en nærmere fastlæggelse af Forbrugerombudsmandens funktionsmåde ved regler om forhandlingsprincippet, retningslinjer og forhåndsbesked samt adgangen til initiering af retsforfølgning.

Forhandlingsprincippet foreslås understøttet af en regel om, at tilsidesættelse af en aftale som en erhvervsdrivende har indgået med Forbrugerombudsmanden efter forhandling kan imødegås ved, at Forbrugerombudsmanden udsteder et påbud for at sikre aftalens fremtidige overholdelse. Overtrædelse af et sådant påbud sidestilles med tilsidesættelse af et af retten nedlagt forbud eller givet påbud. Herved opnås, at det under minimal anvendelse af ressourcer (både for det offentlige og erhvervsdrivende) er muligt ikke blot at få bragt et forhold til ophør, men også, hvor dette skønnes påkrævet, efter samme om-