

Lovf som fremsat	Till. A	7249
1. beh 16/3 94	FF	7871
Betænkning 24/5 94	Till. B	1795
2. beh 26/5 94	FF	11999
3. beh 27/5 94	FF	12319
Lovf som vedt	Till. C	1395

Lov nr 428 af 1. juni 1994.

Beh sammen med L 212.

Ordførere: (1. beh) Sonja Mikkelsen (S), Flemming Hansen (KF), Svend Heiselberg (V), Rahbæk Møller (SF), Kim Behnke (FP), Sonja Albrink (CD), Dorit Myltoft (RV) og Merethe Due Jensen (KRF).

Efter 1. beh henvist til Erhvervsudvalget (ERU).

Efter 2. beh direkte overgang til 3. beh.

Resumé:

Loven afløser den hidtil gældende markedsføringslov.

Loven viderefører den centrale regel, at der i privat erhvervsvirksomhed og offentlig virksomhed, der kan sidestilles hermed, ikke må foretages handlinger, som strider mod god markedsføringskik.

Loven indeholder følgende væsentlige elementer:

- Forbudet mod at stille en garanti i udsigt over for forbrugere betinges af et væsentligheds-kriterium.
- Forbudet mod tilgift opretholdes.
- Muligheden for at omgå tilgiftsforbudet via samarbejde med luftfartsselskaber begrænses.
- Mulighederne for at give rabatydelser via kuponer eller lignende forbydes i visse tilfælde.
- Forbudet mod afholdelse af lodtrækningskonkurrencer begrænses til tilfælde, hvor deltagelse i konkurrencen betinges ved køb.

De væsentligste elementer i tilsyns- og sanktionsbestemmelserne er følgende:

- Forbrugerombudsmanden skal fortsat have en adgang til at kræve retsforfølgning i tilfælde af overtrædelser af loven.
- Forbrugerombudsmandens praksis med forhåndsbeskeder og retningslinjer lovfæstes.
- Der indsættes en udtrykkelig bestemmelse om, at handlinger i strid med loven medfører erstatningsansvar.

- Der indsættes en bestemmelse om såkaldt kumulation af erstatningskrav via Forbrugerombudsmanden, således at ensartede erstatningskrav fra flere forbrugere kan behandles under ét.

Baggrund:

Det fremgik af bemærkningerne, at lovforslaget til dels byggede på betænkning nr. 1236 »Ny markedsføringslov« samt den tidligere regerings lovforslag om en ny markedsføringslov (lovforslag nr. L 50 fremsat i folketingsåret 1992-93, se Årbog & Registre 1992-93, side 96).

Det havde efter regeringens opfattelse ikke været nødvendigt eller ønskeligt at foretage en total revision af hele den hidtidige markedsføringslov. Markedsføringsloven hvilede på nogle gennemprøvede og velkendte principper, som der hverken fra erhvervslivets, forbrugerorganisationernes eller myndighedernes side havde været noget ønske om at ændre radikalt på. Regeringen havde derimod fundet, at der var behov for en øget forbrugerbeskyttelse, ligesom en justering og modernisering af loven også var påkrævet.

Afstemning:

Lovforslaget vedtaget med 68 stemmer (S, SF, CD, RV, KRF og Bente Juncker (UP)) mod 49 (KF, V og FP).

L 212

Forslag til lov om ændring af lov om mærkning og skiltning med pris m.v.

Af industri- og samordningsministeren (Mimi Jakobsen).

Fremsat skr 2/3 94	FF	7343
Lovf som fremsat	Till. A	7281
1. beh 16/3 94	FF	7871
Betænkning 24/5 94	Till. B	1807
2. beh 26/5 94	FF	11999
3. beh 27/5 94	FF	12320
Lovf som vedt	Till. C	1405

Lov nr 429 af 1. juni 1994.

Beh sammen med L 211.

Ordførere: (1. beh) Sonja Mikkelsen (S), Flemming Hansen (KF), Svend Heiselberg (V), Rahbæk Møller (SF), Kim Behnke (FP), Sonja