

ombudsmandens eksisterende indgrebsmuligheder uden samtidig at tilsidesætte hensynet til de erhvervsdrivendes retssikkerhed. Forbrugerombudsmanden skal indbringe sagen for domstolene, såfremt den erhvervsdrivende fremkommer med indsigelser, ligesom domstolen efter forslaget ved kendelse kan bestemme, at sagsanlægget tillægges opsættende virkning.

Forbrugerombudsmanden har i dag kun mulighed for selv at meddele påbud, såfremt en erhvervsdrivende ikke overholder et tilsagn, der er givet over for Forbrugerombudsmanden, om fx at ændre sin markedsføring. Såfremt Forbrugerombudsmanden i øvrigt finder en handling i strid med markedsføringsloven, må Forbrugerombudsmanden anlægge sag om forbud og påbud ved domstolene.

Forbrugerombudsmanden kan dog nedlægge et foreløbigt forbud, hvis der er øjensynlig fare for, at formålet med et forbud vil forspildes, hvis rettens afgørelse skal afventes. Da Forbrugerombudsmanden i forbindelse med nedlæggelse af foreløbigt forbud både skal udstede et foreløbigt forbud og anlægge en justifikationssag senest næste hverdag efter udstedelse af det foreløbige forbud, er dette retsmiddel så administrativt byrdefuldt, at Forbrugerombudsmanden kun har anvendt det i meget få tilfælde. Med den nye påbudsmulighed skal Forbrugerombudsmanden kun anlægge en efterfølgende retssag, hvis den, mod hvem påbudet retter sig, anmoder herom.

##### 5. Styrkelse af det generelle markedsføringstilsyn

Forbrugerombudsmandens generelle tilsyn med markedsføringslovens overholdelse bør styrkes, således at Forbrugerombudsmanden bedre er i stand til skride ind over for nye uønskede tendenser i markedsføringen og sikre en høj forbrugerbeskyttelse.

I takt med at eksisterende markedsstrukturer inden for en række sektorer brydes ned via eksempelvis liberalisering, vil der opstå en mere aggressiv og intens markedsføring. Dette er sket på teleområdet, hvor der nu er en lang række udbydere, der ønsker at profilere sig på markedet. Endvidere kan det fremhæves, at anvendelsen af Internettet som markedsføringsmedium må forventes at kræve en øget indsats fra Forbrugerombudsmanden på grund af nettets globale karakter. Brugen af Internettet rejser en række nye markedsføringsmæssige problemstillinger, der, kombineret med nettets muligheder for personlig rettet markedsføring, gør tilsyn på området kompliceret i forhold til andre medier.

Det foreslås derfor, at der tilføres flere ressourcer for at optimere og effektivisere Forbrugerombudsmandens markedsføringstilsyn.

##### B. Lovforslagets administrative og økonomiske konsekvenser.

Styrkelsen af Forbrugerombudsmandens generelle markedsføringstilsyn kræver tilførsel af flere ressourcer, hvilket vil blive afholdt indenfor Erhvervsministeriets samlede rammer.

##### Erhvervsøkonomiske konsekvenser og administrative konsekvenser for virksomheder

Forbrugerombudsmandens adgang til at meddele påbud vil sikre en bedre efterlevelse af loven til gavn for forbrugerne og det store flertal af virksomheder, der følger lovens bestemmelser.

Påbudsmuligheden vil endvidere virke effektivt og procesbesparende uden samtidig at tilsidesætte hensynet til de erhvervsdrivendes retssikkerhed.

##### C. Lovforslagets miljømæssige konsekvenser

Forslaget skønnes ikke at have miljømæssige konsekvenser.

##### D. Forholdet til EU-retten

Europa-Kommissionen har fremsat forslag til et direktiv om køb af forbrugsvarer og forbrugsgarantier med henblik på at indføre fælles minimumsregler for garantier og forbrugernes beføjelser i forbindelse med mangler ved forbrugsvarer (KOM (95) 520). Direktivforslaget indeholder en bestemmelse om garanti, og det kan derfor på et senere tidspunkt vise sig nødvendigt at ændre loven.

Europa-Parlamentets og Rådets Direktiv 97/55/EF af 6. oktober 1997 om ændring af Direktiv 84/450/EØF om vildledende reklame for at medtage sammenlignende reklame implementeres ikke med lovforslaget. Gennemførelsen afventer koordinering på nordisk plan. Fristen for implementering af direktivet udløber den 23. april 2000.

##### E. Høring

Lovforslaget har været sendt i høring hos Advokatrådet, Akademikernes Centralorganisation, Arbejderbevægelsens Erhvervsråd, Brancheorganisationen for Forbrugerelektronik, Bryggerforeningen, Centralforeningen af Autoreparatører i Danmark, Danmarks Automobilforhandler, Danmarks Fotohandlerforening, Danmarks Optikerforening, Danmarks Sportsforhandler-Forening, Dansk Annoncørforening, Dansk