

vilkår forudsættes det, at ansættelsesvilkårene udformes således, at uansøgt afsked alene kan ske under omstændigheder svarende til de i tjenestemandslovens § 30 anførte.

4. Styrkelse af Forbrugerombudsmandens indgrebsmuligheder

Den overordnede målsætning for de foreslåede ændringer er, at det skal være vanskeligere at gennemføre markedsføringsinitiativer, der klart strider imod markedsføringslovens regler og den kendte eller aftalte praksis. Ved adgangen til en hurtigere, men retssikker procedure, vil en lovovertrædelse kunne standses, forinden dens formål er opnået. Derved sikres konkurrerende virksomheder imod unfair konkurrence, mens forbrugerne sikres imod en ulovlig markedsføring.

4.1. Påbud for overtrædelse af bindende retningslinjer

Forbrugerombudsmanden kan i dag efter forhandling med relevante erhvervs- og forbrugerorganisationer udstede retningslinjer for markedsføring på nærmere angivne områder. Disse retningslinjer er ikke bindende for de erhvervsdrivende.

Det foreslås, at retningslinjer, der tiltrædes af organisationerne efter lovens ikrafttræden, efter aftale med organisationerne kan gøres bindende. Til sidesætter en erhvervsdrivende sådanne bindende retningslinjer, der er bekendtgjort i Lovtidende, kan Forbrugerombudsmanden meddele den erhvervsdrivende påbud. Såfremt en erhvervsdrivende gør indsigelse over for det meddelte påbud, skal Forbrugerombudsmanden indbringe sagen for domstolene.

4.2. Påbud efter forhandling

Det foreslås, at Forbrugerombudsmanden efter samme principper som i betalingskortloven kan meddele påbud, såfremt en forhandling med den erhvervsdrivende ikke kan bringe den ulovlige markedsføring til ophør. I dag kan Forbrugerombudsmanden ikke nedlægge forbud administrativt, men er henvist til at anlægge en forbudssag 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.

Forbudssager ved domstolene kan tage flere år, og først herefter vil en til sidesættelse af forbudet være strafbart.

Den foreslåede ændring vil virke effektivt og procesbesparende i forhold til Forbrugerombudsmandens eksisterende indgrebsmuligheder uden samtidig at til sidesætte hensynet til de erhvervsdrivendes retssikkerhed, da påbud alene kan gives i sager, hvor retsstillingen er klar.

Det forhold, at Forbrugerombudsmanden kan gribe hurtigt ind over for virksomheder, der bryder loven, vil således både beskytte forbrugerne og være til gavn for den del af erhvervslivet, som overholder reglerne i markedsføringsloven. Hurtige indgreb over for virksomheder, der ikke overholder loven, vil være medvirkende til at sikre fair og lige konkurrence.

Forbrugerombudsmanden har således mange ukomplicerede sager, hvor den erhvervsdrivende gøres opmærksom på, at loven er overtrådt. Ophører den erhvervsdrivende i disse tilfælde ikke med sin markedsføring, har Forbrugerombudsmanden i dag ikke mulighed for selv at meddele påbud, medmindre den erhvervsdrivende allerede har givet et skriftligt tilsagn over for Forbrugerombudsmanden om at ændre sin markedsføring.

Forbrugerombudsmanden skal indbringe sagen for domstolene, såfremt den erhvervsdrivende fremkommer med indsigelser, ligesom domstolene efter forslaget ved kendelse kan bestemme, at sagsanlægget tillægges opsættende virkning.

Såfremt Forbrugerombudsmanden i øvrigt finder en handling i strid med markedsføringsloven, må Forbrugerombudsmanden anlægge sag om forbud og påbud ved domstolene.

Udover den tidligere nævnte procesbesparende, effektivitetsfremmende og konkurrencemæssige virkning vil den foreslåede påbudsmulighed i tilfælde af klare overtrædelser virke præventivt, da påbudet har virkning med det samme.

B. Lovforslagets administrative og økonomiske konsekvenser

Da Forbrugerombudsmanden allerede har koncentreret sin virksomhed omkring administrationen af lovens generalklausul om god markedsføringsskik og forbudet mod vildledning, herunder retssager, samt forebyggende virksomhed i form af forhandlinger, udstedelse af retningslinjer, afgivelse af forhåndsbeskeder samt anden oplysningsvirksomhed, skønnes forslaget ikke at indebære ændringer i Forbrugerombudsmandens træk på ressourcer.