

ningslinjerne er således et signal til forbrugerne om en høj branchestandard. Denne selvregulering kan anvendes i virksomhedernes markedsføring.

Det foreslås, at bindende retningslinjer kan danne grundlag for et administrativt påbud fra Forbrugerombudsmanden, uden at denne først skal være forpligtet til at forhandle med den erhvervsdrivende. Forbrugerombudsmanden skal dog efter reglerne i forvaltningsloven give den erhvervsdrivende lejlighed til at udtale sig, inden det pågældende påbud meddeles. En straffesag om overtrædelse af et påbud forudsætter, at den erhvervsdrivende, efter at påbudet er meddelt, gentager handlingen. Om påbudets virkninger henvises til bemærkningerne til nr. 5.

Bindende retningslinjer har virkning over for alle virksomheder inden for den pågældende branche, dvs. også virksomheder, der ikke er medlem af en tiltrædende organisation. Disse vil således skabe mere lige konkurrencevilkår for hele branchen. Da de bindende retningslinjer også gælder for den del af branchen, der ikke er organiseret, vil de medvirke til at undgå konkurrenceforvridende adfærd mellem de virksomheder, der er medlem af en brancheorganisation og dermed føler sig forpligtet, og de virksomheder, der står uden for.

Bindende retningslinjer skal tiltrædes af de relevante erhvervs- og forbrugerorganisationer, der er forhandlet med. Efter behov inddrager Forbrugerombudsmanden andre myndigheder i forhandlingerne. Med »relevante« organisationer i det foreslåede stk. 2 henvises til de for problemstillingen interesssemæssigt centrale og brede, landsdækkende organisationer, og ikke til mindre specialiserede organisationer.

Såfremt der ikke inden for en branche findes sådanne organisationer, vil Forbrugerombudsmanden være afskåret fra at aftale bindende retningslinjer på dette område.

For virksomhederne indebærer bindende retningslinjer den fordel, at retningslinjerne bl.a. konkretiserer indholdet af generalklausulen i markedsføringslovens § 1 og lovens øvrige bestemmelser, og at organisationerne selv får indflydelse på indholdet af retningslinjerne.

Når organisationerne har accepteret bindende retningslinjer, påtager de sig samtidig en forpligtelse til loyalt og aktivt at medvirke til, at deres medlemmer overholder disse.

Såfremt en erhvervsdrivende gør indsigelse mod et påbud meddelt af Forbrugerombudsmanden for overtrædelse af bindende retningslinjer, skal Forbrugerombudsmanden indbringe sagen for domstolene, jf. forslaget til § 19, stk. 3. Retningslinjer udelukker ikke

domstolene fra efter påstand at foretage en prøvelse af, om overtrædelser i de enkelte tilfælde er i strid med god markedsføringsskik eller andre bestemmelser i loven. Det må dog forventes, at domstolene vil tillægge det betydning, at retningslinjerne er tiltrådt af berørte organisationer og myndigheder på området, og derfor vil være tilbageholdende med at tilsidesætte de normer for god markedsføringsskik, der fremgår af retningslinjerne.

Retningslinjer, der måtte være tiltrådt af organisationerne inden lovens ikrafttræden, bliver ikke automatisk bindende, men organisationerne kan efterfølgende aftale med Forbrugerombudsmanden, at de gøres bindende.

En organisation kan efter den foreslåede stk. 3 opsiges en aftale efter stk. 2 om bindende retningslinjer med et aftalt varsel. Retningslinjerne er herefter ikke længere gældende i medfør af § 17, stk. 2, idet den aftalte bindende virkning ikke længere er tiltrådt af alle relevante organisationer på området. Dette indebærer, at Forbrugerombudsmanden kun kan meddele påbud for overtrædelser efter en forudgående forhandling, jf. nærmere bemærkningerne til nr. 5.

Retningslinjer udsendes til de relevante organisationer. De offentliggøres endvidere i Forbrugerstyrelsens Juridiske Årbog og på Forbrugerstyrelsens hjemmeside på Internettet. Bindende retningslinjer efter stk. 2 offentliggøres derudover af Forbrugerombudsmanden ved bekendtgørelse i Lovtidende.

Forbrugerombudsmanden kan ophæve bindende retningslinjer og vil i forbindelse hermed give et rimeligt varsel. Der kan dog opstå behov for uden varsel at ophæve retningslinjer, fx når en retningslinje ikke længere er aktuel, punkter i en retningslinje bliver underkendt ved domstolene eller bliver overflødiggjort af speciallovgivning. Ophævelse af retningslinjer efter stk. 2 bekendtgøres i Lovtidende.

Såfremt tilslutning til bindende retningslinjer opsiges af en organisation, bekendtgør Forbrugerombudsmanden, hvorvidt disse retningslinjer bibeholdes uden bindende virkning efter § 17, stk. 1, eller bortfalder.

Til nr. 5

Efter forslaget § 19, stk. 2, 1. pkt., kan Forbrugerombudsmanden meddele påbud, hvis en handling klart er i strid med loven, og handlingen ikke kan ændres ved forhandling. Et påbud til den erhvervsdrivende kan både være formuleret positivt som en handlepligt og negativt som et krav om for fremtiden at undlade en bestemt handling.

Et påbud efter forslaget til § 19, stk. 2, er med udgangspunkt i den aktuelle markedsføring begrænset til