

lysning, men af regler udstedt af økonomi- og erhvervsministeren.

Da direktivets regler om oplysningskrav til en købsopfordring har en meget nær sammenhæng med de generelle regler om prisoplysning, vurderes det mest hensigtsmæssigt, at der anvendes samme ansvarsfordeling mellem markedsføringsloven og den finansielle lovgivning f.s.v.a. regler om købsopfordring for finansielle virksomheder.

Til nr. 5

Til den nye § 3, stk. 1.

Formålet med den foreslåede bestemmelse er at videreføre den beskyttelse mod vildledende og utilbørlig markedsføring, som i dag fremgår af lovens § 3, og samtidig tilpasse reglerne til direktivet om urimelig handelspraksis art. 6 og 7. Det vil sige til den terminologi, som anvendes i direktivet og til den fremgangsmåde, som direktivet foreskriver, at der skal anvendes for at afgøre, om der foreligger en vildledende markedsføring. Det er dog samtidig vurderingen, at den nye affattelse af § 3, stk. 1, ikke i realiteten vil betyde en ændring af retstilstanden. Derfor er det nuværende princip om, at de centrale bestemmelser i loven gælder generelt, det vil sige både i forbrugerforhold og i forholdet mellem erhvervsdrivende, fastholdt i § 3.

I det gældende vildledningsforbud i § 3 er det et krav, at markedsføringen er egnet til at påvirke efterspørgsel og udbud af varer, fast ejendom og andre formuegoder samt arbejds- og tjenesteydelser. Det vil sige, at markedsføringen har en kommerciel effekt. I den nye bestemmelse er det ligeledes et krav, at markedsføringen skal have en kommerciel effekt, men beskrivelsen af denne effekt tager i modsætning til § 3 udgangspunkt i modtagerens adfærd, uden at der dermed er tilsigtet en materiel ændring i forhold til gældende ret. I den foreslåede bestemmelse stilles der, i lighed med direktivets terminologi og udformningen af den foreslåede ændring i nr. 2, krav om, at de erhvervsdrivendes handlinger er egnet til mærkbart at forvride modtagerens økonomiske adfærd på markedet. Om forståelsen af dette begreb, herunder kravet om forvridding, henvises til bemærkningerne herom til nr. 2.

Forhold, som vurderes at være i strid med den foreslåede § 3, vil ligeledes være i strid med generalklausulen i § 1. Generalklausulen kan endvidere anvendes som supplement til § 3, således at forhold, der ligger på grænsen af eller falder uden for § 3, vil kunne være i strid med generalklausulen i § 1.

Ved vurderingen af hvorvidt en angivelse er egnet til at vildlede forbrugeren, vil der i lighed med, hvad der er anført under nr. 2, blive taget udgangspunkt i, hvordan en gennemsnitsforbruger vil opfatte markedsføringen. Om forståelsen af begrebet en gennemsnitsforbruger henvises ligeledes til bemærkningerne til nr. 2.

Når bestemmelsen finder anvendelse på erhvervsforhold skal vurderingen tage udgangspunkt i, hvordan en erhvervsdrivende i samme situation typisk vil opfatte markedsføringen.

Det er som hidtil forbudt for erhvervsdrivende at anvende vildledende eller urigtige angivelser i markedsføringen, som fx faktuelte forkerte oplysninger, usande påstande, eller forkerte betegnelser for de varer eller ydelser, som udbydes. Direktivet indeholder i art. 6 en præcisering af de forhold, vildledningen kan angå. Disse forhold vil blive gennemgået i det følgende, idet det bemærkes, at vildledning om disse forhold allerede i dag vil være omfattet af forbudet i den nu gældende § 3.

Vildledningen kan berøre et eller flere elementer i markedsføringen.

Vildledningen kan vedrøre en vares eller tjenesteydelsens eksistens eller art, jf. direktivets art. 6, stk. 1, litra a. Fx markedsføring som fejlagtigt angiver, at en erhvervsdrivende har en bestemt vare til salg, uden at det er tilfældet. Reglen skal her ses i sammenhæng med markedsføringslovens § 9, stk. 2, som i forbrugerforhold fastsætter særlige oplysningskrav i tilfælde, hvor den erhvervsdrivende kun har et begrænset antal varer til salg.

Vildledningen eller de urigtige angivelser kan også gå på prisen eller den måde, hvorpå prisen beregnes eller på en særlig prismæssig fordel, jf. direktivets art. 6, stk. 1, litra d. Der kan her være tale om vildledende eller urigtige udsagn om førpriser, rabatter, tilbud mv.

Der vil også være tale om en overtrædelse af bestemmelsen, såfremt en erhvervsdrivende fremsætter vildledende eller urigtige angivelser om en vares eller tjenesteydelsens væsentligste egenskaber, herunder dens fordele, risici, udførelse, sammensætning og tilbehør, jf. direktivets art. 6, stk. 1, litra b. Det samme gælder, hvis angivelserne angår den erhvervsdrivendes eftersalgsservice og klagebehandling. Tilsvarende følger for angivelser om de rettigheder som forbrugeren har, herunder urigtige eller vildledende angivelser om rettigheder til omlevering eller tilbagebetaling, som følger af købelovens forbruger købsregler, jf. direktivets art. 6, stk. 1, litra g. Vildledningen kan også bestå i, at den erhvervsdrivende vildleder om eventu-