



TEKNISK GENNEMGANG AF MARKEDSFØRINGSLOVEN

OKTOBER 2016

NY STRUKTUR FOR LOVEN MED TEMATISKE KAPITLER

1. Indledende bestemmelser om lovens anvendelsesområde og definitioner
2. Implementerer direktivet om urimelig handelspraksis
3. Særlige markedsføringsformer - f.eks. uanmodet henvendelse og handelspraksis rettet mod børn og unge
4. Oplysningsforpligtelser
5. Forholdet mellem erhvervsdrivende
6. Kapitel 6-11 om retsmidler, Forbrugerombudsmandens virksomhed m.m. er uændret i strukturen.

NYE BEGREBER OG DEFINITIONER

- Mere tekstnær implementering af relevant EU-regulering.
- Sikrer at loven er EU-konform.
- Reducerer usikkerheden omkring fortolkningen af den danske lov i lyset af EU-reglerne.
- Ny definitionsbestemmelse i § 2 skal gøre det nemmere at læse og forstå de begreber, der anvendes i loven.

TEKNOLOGINEUTRAL LOV

- Vanskeligt at udarbejde en lov, der i enhver sammenhæng tager højde for udviklingen.
- Udfordret af forældet EU-regulering.
- Loven danner rammebetingelserne.
- Råderum for Forbrugerombudsmanden til at lave vejledninger og retningslinjer, der kan justeres i takt med udviklingen.

VÆSENTLIGSTE ÆNDRINGER

- Begrebet ”egne tilsvarende produkter” i bestemmelsen om uanmodede henvendelser udvides.
- Lempeligere regler for uanmodet elektronisk post i visse forhold mellem to erhvervsdrivende.
- Ophævelse af bestemmelser og gennemgang af bekendtgørelser udstedt i medfør af markedsføringsloven
- Forbrugerombudsmanden adgang til at foretage kontrolundersøgelser.

”EGNE TILSVARENDE PRODUKTER” SKAL FORTOLKES DYNAMISK

- Lovforslaget lægger op til en mere dynamisk fortolkning af begrebet ”egne tilsvarende produkter” i undtagelsen i § 10, stk. 2, end efter den gældende markedsføringslov.
- Fremover afgørende hvilke forventninger, den erhvervsdrivende har skabt hos forbrugeren. Hvis den erhvervsdrivende ikke har oplyst noget, skal dette fortolkes snævert.
- Undgår særlig national regulering, der giver de danske erhvervsdrivende andre forhold at operere under end deres udenlandske konkurrenter.
- Vurderes ikke, at der med forslaget sker en væsentlig forringelse af forbrugerbeskyttelsen.

UANMODET ELEKTRONISK POST MELLEM ERHVERVSDRIVENDE

- Lovforslaget indeholder i § 10, stk. 3, en mere lempelig regel for uanmodet elektronisk markedsføring, når der er tale om b2b-forhold, end tilfældet er i dag.
- Bestemmelsen er indsat efter anbefaling fra et flertal i markedsføringslovsudvalget.
- Der har været bred opbakning i erhvervslivet til indførelsen af en særlig spam-regel i forholdet mellem de erhvervsdrivende.
- Anvendelsesområdet for den foreslåede regel er indsnævret til tilfælde, hvor risikoen for spam er særligt lille.
- Der gennemføres en evaluering af bestemmelsen 2 år efter lovens ikrafttræden.

OPHÆVELSE AF BESTEMMELSER

- Visse af bestemmelserne i den gældende lov foreslås ophævet, fordi det er vurderingen, at de ikke er forenelige med den gældende EU-regulering.

OPHÆVELSE AF EN RÆKKE BEKENDTGØRELSER

- Markedsføringslovudvalget har anbefalet, at der foretages en gennemgang af de 44 bekendtgørelser, der er udstedt med hjemmel i loven.
- 6 af bekendtgørelserne er af ældre dato og ikke længere relevante eller er udtryk for unødigt dobbeltregulering og ophæves.
- De resterende bekendtgørelser vil blive gennemgået efter lovens vedtagelse.

KONTROLUNDERSØGELSER

- Forbrugerombudsmandens kontrolundersøgelser er meget tidskrævende – især selve datasøgningen på serverne og den efterfølgende analyse af de data, der er fremkommet.
- Den gældende bestemmelse foreslås opdateret, så Forbrugerombudsmanden får mulighed for at tage identiske elektroniske kopier af dataindhold til efterfølgende gennemgang.



SPØRGSMÅL

