

Dokumentet er Historisk

**LOV nr 1389 af 21/12/2005 Historisk**

(Markedsføringsloven)

Offentliggørelsesdato: 22-12-2005

Erhvervsministeriet

**Senere ændringer til forskriften**

- LOV nr 538 af 08/06/2006 § 102
- LBK nr 1000 af 05/10/2006
- LOV nr 181 af 28/02/2007 § 4
- LOV nr 1547 af 20/12/2006
- LOV nr 364 af 13/05/2009 § 7
- LBK nr 839 af 31/08/2009

**Ændrer i/ophæver**

- LBK nr 209 af 28/03/2000
- LBK nr 699 af 17/07/2000
- LBK nr 909 af 27/09/2005

**Oversigt (indholdsfortegnelse)**

Kapitel 1	Lovens formål og anvendelsesområde
Kapitel 2	Generelle regler om adfærd på markedet
Kapitel 3	Forbrugerbeskyttelse
Kapitel 4	Regler vedrørende erhvervsdrivende
Kapitel 5	Retsmidler og værneting
Kapitel 6	Forbrugerombudsmandens virksomhed
Kapitel 7	Henlæggelsesbeføjelser
Kapitel 8	Retsforfølgning, forbud, påbud og erstatning
Kapitel 9	Ikrafttræden m.v.

**Den fulde tekst**

# Lov om markedsføring

VI MARGRETHE DEN ANDEN, af Guds Nåde Danmarks Dronning, gør vitterligt:  
Folketinget har vedtaget og Vi ved Vort samtykke stadfæstet følgende lov:

Kapitel 1

*Lovens formål og anvendelsesområde*

*God markedsføringsskik*

§ 1. Erhvervsdrivende omfattet af denne lov skal udvise god markedsføringsskik under hensyntagen til forbrugerne, erhvervsdrivende og almene samfundsinteresser.

*Anvendelsesområde*

## Dokumentet er Historisk

§ 2. Loven finder anvendelse på privat erhvervsvirksomhed samt på offentlig virksomhed, i det omfang der udbydes varer og tjenesteydelser på markedet.

Stk. 2. §§ 1 og 3 og § 13, stk. 3 og stk. 6, nr. 1, finder ikke anvendelse på virksomheder omfattet af lov om finansiel virksomhed, i det omfang økonomi- og erhvervsministeren har udstedt regler på de pågældende områder.

Stk. 3. § 13, stk. 2 og 4, og §§ 15 og 16 finder ikke anvendelse på virksomheder omfattet af lov om finansiel virksomhed.

### Kapitel 2

#### Generelle regler om adfærd på markedet

##### Vildledning, nedsættende omtale m.v.

§ 3. Der må ikke anvendes urigtige, vildledende eller urimeligt mangelfulde angivelser, som er egnet til at påvirke efterspørgsel eller udbud af varer, fast ejendom og andre formuegoder samt arbejds- og tjenesteydelser.

Stk. 2. Bestemmelsen i stk. 1 gælder også angivelser, der på grund af deres form, eller fordi de angår uvedkommende forhold, er utilbørlige over for andre erhvervsdrivende eller forbrugere.

Stk. 3. Der må ikke anvendes vildledende fremgangsmåder af lignende betydning for efterspørgsel og udbud som angivet i stk. 1 eller fremgangsmåder af tilsvarende betydning, såfremt de på grund af deres særlige form, eller fordi de inddrager uvedkommende forhold, er utilbørlige over for andre erhvervsdrivende eller forbrugere.

Stk. 4. Rigtigheden af angivelser om faktiske forhold skal kunne dokumenteres.

##### Reklameidentifikation

§ 4. En reklame skal fremstå således, at den klart vil blive opfattet som en reklame uanset dens form og uanset, i hvilket medium den bringes.

##### Sammenlignende reklame

§ 5. Sammenlignende reklame omfatter enhver reklame, som direkte eller indirekte henviser til en konkurrent eller til varer eller tjenesteydelser, som udbydes af en konkurrent.

Stk. 2. Sammenlignende reklame, jf. stk. 1, er tilladt efter denne lov, når sammenligningen

- 1) ikke er vildledende,
- 2) angår varer eller tjenesteydelser, der opfylder samme behov eller tjener samme formål,
- 3) er objektiv og sammenligner en eller flere konkrete og relevante egenskaber, der kan dokumenteres, og som er repræsentative for disse varer eller tjenesteydelser, herunder prisen,
- 4) ikke skaber forveksling på markedet mellem annoncøren og en konkurrent eller mellem annoncørens og en konkurrents varemærker, firmanavne, andre karakteristiske kendetegn, varer eller tjenesteydelser,
- 5) ikke miskrediterer eller nedvurderer en konkurrents varemærker, firmanavne, andre karakteristiske kendetegn, varer, tjenesteydelser, aktiviteter eller øvrige forhold,
- 6) for produkter med oprindelsesbetegnelse i hvert enkelt tilfælde vedrører produkter med samme betegnelse,
- 7) ikke drager utilbørlig fordel af den anseelse, der er knyttet til en konkurrents varemærke, firmanavn eller andre karakteristiske kendetegn, eller af konkurrerende produkters oprindelsesbetegnelser og
- 8) ikke fremstiller en vare eller tjenesteydelse som en imitation eller en kopi af en vare eller tjenesteydelse, der er dækket af et beskyttet varemærke eller firmanavn.

Stk. 3. I enhver sammenlignende reklame, som indeholder særtilbud, skal det klart fremgå, hvornår tilbuddet ophører, eller efter omstændighederne, at tilbudet kun gælder, så længe de pågældende varer og tjenesteydelser er til rådighed. Gælder særtilbuddet endnu ikke, skal det tillige oplyses, hvornår perioden for den særlige pris eller for andre særlige betingelser begynder.

##### Uanmodet henvendelse til bestemte aftagere

§ 6. En erhvervsdrivende må ikke rette henvendelse til nogen ved brug af elektronisk post, et automatisk opkaldssystem eller telefax med henblik på afsætning af varer, fast ejendom og andre formuegoder samt arbejds- og tjenesteydelser, medmindre den pågældende forudgående har anmodet om det.

Stk. 2. Uanset stk. 1 kan en erhvervsdrivende, der fra en kunde har modtaget dennes elektroniske adresse i forbindelse med salg af en vare eller en tjenesteydelse, markedsføre egne tilsvarende produkter eller tjenesteydelser til kunden via elektronisk post. Dette forudsætter dog, at kunden har mulighed for let og gebyrfrit at frabede sig dette både i forbindelse med afgivelsen af adressen til den erhvervsdrivende og ved efterfølgende henvendelser.

Stk. 3. En erhvervsdrivende må ikke rette henvendelse til en bestemt fysisk person ved brug af andre midler til fjernkommunikation med henblik på afsætning som nævnt i stk. 1, hvis den pågældende over for den erhvervsdrivende har frabedt sig dette, hvis det fremgår af en fortegnelse, som udarbejdes af Det Centrale Personregister (CPR) hvert kvartal, at den pågældende har frabedt sig henvendelser, der sker i sådant

## Dokumentet er Historisk

markedsføringsøjemed, eller hvis den erhvervsdrivende ved undersøgelse i CPR er blevet bekendt med, at den pågældende har frabedt sig sådanne henvendelser. Ved telefonisk henvendelse til forbrugere gælder endvidere reglerne om uanmodet henvendelse i lov om visse forbrugeraftaler.

*Stk. 4.* Stk. 3 gælder ikke, hvis den pågældende person forudgående har anmodet om henvendelsen fra den erhvervsdrivende.

*Stk. 5.* Første gang en erhvervsdrivende retter henvendelse som nævnt i stk. 3 til en bestemt fysisk person, der ikke er anført i fortegnelsen fra CPR, skal den erhvervsdrivende tydeligt og på en forståelig måde oplyse om retten til at frabede sig henvendelser som nævnt i stk. 3 fra den erhvervsdrivende. Den pågældende skal samtidig gives adgang til på en nem måde at frabede sig sådanne henvendelser.

*Stk. 6.* Der må ikke kræves betaling for at modtage eller notere meddelelser om, at en anmodning efter stk. 1 tilbagekaldes, eller at henvendelser som nævnt i stk. 3 frabedes.

*Stk. 7.* Ministeren for familie- og forbrugeranliggender kan fastsætte nærmere regler om den erhvervsdrivendes informationspligt efter stk. 5 og om pligten til at give adgang til at frabede sig henvendelser som nævnt i stk. 3.

### *Vejledning*

§ 7. Ved tilbuds afgivelse, ved indgåelse af aftale eller efter omstændighederne på leveringstidspunktet skal der gives en efter formuegodets eller ydelsens art forsvarlig vejledning, når denne er af betydning for bedømmelsen af godets eller ydelsens karakter eller egenskaber, herunder især brugsegenskaber, holdbarhed, farlighed og vedligeholdelsesmulighed.

## Kapitel 3

### *Forbrugerbeskyttelse*

#### *Markedsføring rettet mod børn og unge*

§ 8. Markedsføring rettet mod børn og unge skal være udformet med særlig hensyntagen til børn og unges naturlige godtroenhed og manglende erfaring og kritiske sans, som bevirker, at de er lette at påvirke og nemme at præge.

*Stk. 2.* Markedsføring rettet mod børn og unge må ikke direkte eller indirekte opfordre til vold, anvendelse af rusmidler, herunder alkohol, eller anden farlig eller hensynsløs adfærd eller på utilbørlig måde benytte sig af vold, frygt eller overtro som virkemidler.

#### *Salgsfremmende foranstaltninger*

§ 9. En salgsfremmende foranstaltning skal markedsføres således, at tilbudsbetingelserne er klare og let tilgængelige for forbrugeren og værdien af eventuelle tillægsydelser klart er oplyst.

*Stk. 2.* Tilbyder en erhvervsdrivende en vare eller tjenesteydelse til en bestemt pris, og har den erhvervsdrivende rimelig grund til at antage, at denne ikke vil være i stand til at imødekomme efterspørgslen i en mængde, som er rimelig i forhold til tilbuddet og omfanget af dets markedsføring, skal den erhvervsdrivende tage et klart forbehold herom i markedsføringen.

#### *Rabatkuponer og -mærker*

§ 10. Der må ikke gives rabat eller anden ydelse ved brug af mærker, kuponer el.lign., der er stillet til rådighed af erhvervsdrivende forud for køb af en vare eller ved udførelsen af en tjenesteydelse.

*Stk. 2.* Erhvervsdrivende må dog ved salg af en vare eller udførelsen af en tjenesteydelse give rabat eller anden ydelse i form af mærker, kuponer el.lign. til senere indløsning, såfremt hvert enkelt mærke på tydelig måde er forsynet med udstederens navn eller firma med angivelse af en værdi i dansk mønt. Rabatmærkeudstederen skal indløse mærket til en værdi, når mærker til et beløb, hvis størrelse fastsættes af ministeren for familie- og forbrugeranliggender, kræves indløst.

#### *Lodtrækning og præmiekonkurrencer*

§ 11. Afsætning til forbrugerne af formuegoder eller tjenesteydelser må ikke søges fremmet af mulighed for gevinst ved deltagelse i lodtrækninger, præmiekonkurrencer eller anden form for foranstaltning, hvis udfald beror helt eller delvis på tilfældet, såfremt deltagelsen er betinget af køb.

*Stk. 2.* Bestemmelsen i stk. 1 gælder ikke, dersom den enkelte gevinsts størrelse og den samlede gevinstværdi ligger inden for beløbsgrænser, som fastsættes af ministeren for familie- og forbrugeranliggender. Beløbsgrænserne kan fastsættes efter produkttype og modtagerkreds.

*Stk. 3.* Udgiften af et periodisk skrift kan foranstalte lodtrækning til fordeling af gevinster i forbindelse med løsning af præmiekonkurrencer.

### *Garanti*

§ 12. Over for forbrugere må erklæring om ydelse af garanti el.lign. kun anvendes, såfremt erklæringen giver modtageren en væsentlig bedre retsstilling end den, modtageren har efter lovgivningen.

*Stk. 2.* Ydes der garanti, skal den erhvervsdrivende på klar og tydelig måde informere forbrugeren om dens indhold og give de oplysninger, der er nødvendige for at gøre garantien gældende. Endvidere skal den erhvervsdrivende på en klar og tydelig måde oplyse, at forbrugers ufravigelige

## Dokumentet er Historisk

rettigheder efter lovgivningen ikke berøres af garantien. Efter anmodning skal den erhvervsdrivende udlevere garantien skriftligt. Skriftlige garantier skal være affattet på dansk.

### *Prisoplysninger*

§ 13. Ved erhvervsmæssigt udbud af varer til forbrugerne, dog ikke salg af varer ved auktionssalg, skal der ved mærkning, skiltning eller på anden måde tydeligt oplyses om den samlede pris for varen inklusive gebyrer, omkostninger, moms og alle andre afgifter. Afgifter eller omkostninger, som den erhvervsdrivende ikke er forpligtet til at opkræve direkte hos forbrugerne, er ikke omfattet af 1. pkt., men skal oplyses særskilt. Hvor varer udbydes elektronisk til forbrugerne med mulighed for bestilling, finder 1. og 2. pkt. tilsvarende anvendelse.

Stk. 2. Stk. 1, 1. og 2. pkt., finder tilsvarende anvendelse ved erhvervsmæssigt udbud af tjenesteydelser til forbrugerne fra fast forretningssted, samt når tjenesteydelsen udbydes elektronisk til forbrugerne med mulighed for bestilling. Hvor det ikke er muligt at oplyse den samlede pris for tjenesteydelsen, skal grundlaget for beregningen af prisen oplyses, såfremt dette vil gøre det muligt for forbrugerne selv at beregne den endelige pris. Er det på grund af mængden af udbudte tjenesteydelser ikke muligt at angive prisen eller beregningsgrundlaget for dem alle, skal prisen eller beregningsgrundlaget anføres for et relevant og repræsentativt udvalg.

Stk. 3. Når der ved annoncering eller på anden måde i markedsføringsmateriale oplyses om prisen for varer eller tjenesteydelser, skal oplysningerne opfylde kravene i stk. 1 eller 2, § 14 samt de i medfør af stk. 6 fastsatte regler. Såfremt en fabrikant, importør eller grossist i annoncer, i reklamer eller på anden måde foreslår en pris for videresalg til forbrugerne, skal det udtrykkeligt angives, at prisen er vejledende. 1. pkt. finder tilsvarende anvendelse for mundtlige prisoplysninger

Stk. 4. Når en tjenesteydelse er udført efter regning, skal der på forbrugerens begæring tilstilles denne en specificeret regning, der sætter forbrugeren i stand til at kontrollere prisen for de varer og tjenesteydelser, der indgår i ydelsen.

Stk. 5. Ved et gebyr forstås en betaling for en særlig tjeneste, funktion eller ydelse, som knytter sig til købet af en vare eller tjenesteydelse, og som ikke har karakter af betaling for en selvstændig ydelse.

Stk. 6. Ministeren for familie- og forbrugeranliggender kan efter forhandling med vedkommende minister samt repræsentanter for forbrugerne og relevante erhvervsorganisationer fastsætte regler om

- 1) særregler om og undtagelser fra stk. 1-4, herunder regler om oplysninger i forbindelse med ydelse af kredit,
- 2) fremgangsmåden ved meddelelse af prisoplysninger og om begrænsning i mængden af oplysninger, der gives,
- 3) at der på samme måde som efter stk. 1 skal oplyses om varens pris pr. måleenhed og om anvendelse af måleenhed for de enkelte varegrupper, og
- 4) at færdigpakkede detailsalgsvare skal forsynes med oplysning om pakningens nettomængde.

### *Kreditkøb*

§ 14. Såfremt varerne udbydes erhvervsmæssigt til forbrugerne med oplysning om omkostninger ved at erhverve dem ved kreditkøb, skal der på samme måde som anført i § 13, stk. 1, gives oplysning om

- 1) kontantprisen,
- 2) kreditomkostningerne angivet som et beløb og
- 3) de årlige omkostninger i procent for kreditten. De årlige omkostninger i procent skal gives på en lige så fremtrædende måde som de øvrige kreditoplysninger.

Stk. 2. Ved beregning af kreditomkostningerne efter stk. 1, nr. 2, og de årlige omkostninger i procent efter stk. 1, nr. 3, finder kapitel 2 i lov om kreditaftaler anvendelse.

Stk. 3. Oplysninger efter stk. 1 kan gives i form af et repræsentativt eksempel, hvis dette er den eneste hensigtsmæssige fremgangsmåde.

### *Gebyrer*

§ 15. Såfremt størrelsen eller opkrævningen af et gebyr, jf. § 13, stk. 5, der ikke er reguleret ved lov, i et løbende kontraktforhold kan ændres til ugunst for forbrugeren, skal betingelserne herfor være klart fremhævet i kontrakten.

Stk. 2. Ændring af gebyrer eller opkrævning af nye gebyrer i et løbende kontraktforhold skal altid varsles med en rimelig frist, inden de får virkning for forbrugeren.

Stk. 3. Er gebyrændringen væsentlig, eller opkræves et nyt gebyr, skal varslingen ske til forbrugeren ved individuel kommunikation, inden ændringen får virkning. Såfremt forbrugeren har ret til at opsige aftalen, skal dette fremgå af varslingen, samt under hvilke betingelser forbrugeren kan opsige aftalen.

### *Organiseret rabat*

§ 16. Erhvervsdrivende, som yder organiseret rabat i form af rabat eller anden særlig fordel til medlemmer af foreninger eller organisationer eller til bestemte persongrupper vedrørende varer eller tjenesteydelser omfattet af § 13, stk. 2, skal ved tydelig skiltning ved samtlige indgangsdøre til forretningslokalet oplyse, hvilke grupper der modtager organiseret rabat, samt størrelsen heraf.

Stk. 2. Den erhvervsdrivende skal efter anmodning forevise en liste over de varer og tjenesteydelser, der er omfattet af den organiserede rabat, samt over rabattens størrelse.

Stk. 3. Ved fjernsalg skal de i stk. 1 nævnte oplysninger gives i forbindelse med prisoplysning, mens de i stk. 2 nævnte oplysninger skal gives efter anmodning.

Stk. 4. Bestemmelserne i stk. 1-3 gælder ikke for organiseret rabat, der gives som led i et ansættelsesforhold til rabatgiveren.

## Dokumentet er Historisk

*Stk. 5.* Ministeren for familie- og forbrugeranliggender kan efter forhandling med vedkommende minister samt repræsentanter for forbrugerne og relevante erhvervsorganisationer fastsætte regler om skiltningens udformning og indhold samt om, at en tjenesteyder, som ikke er omfattet af § 13, stk. 2, skal give oplysning om, at vedkommende yder organiseret rabat.

### *Mærkning og emballering*

**§ 17.** Ministeren for familie- og forbrugeranliggender kan efter forhandling med repræsentanter for forbrugerne og relevante erhvervsorganisationer fastsætte bestemmelser om, at bestemte varer, som udbydes erhvervsmæssigt til forbrugerne, kun må sælges eller udbydes til salg med angivelse af, om varen er dansk eller udenlandsk, eller dens frembringelses- eller oprindelsessted. Ministeren kan nærmere fastsætte, på hvilken måde de pågældende angivelser skal anbringes, samt hvad der i hvert tilfælde skal forstås ved varens frembringelses- eller oprindelsessted.

*Stk. 2.* Ministeren for familie- og forbrugeranliggender kan efter forhandling med repræsentanter for forbrugerne og relevante erhvervsorganisationer fastsætte bestemmelser om,

- 1) at bestemte varebetegnelser eller symboler er forbeholdt eller skal benyttes for varer, der opfylder visse nærmere angivne betingelser, og
- 2) at bestemte varer kun må sælges eller udbydes til salg, såfremt varerne eller deres indpakning på nærmere af ministeren foreskrevet måde er forsynet med oplysning om varernes indhold og sammensætning, holdbarhed, behandlingsmåde og egenskaber i øvrigt.

## Kapitel 4

### *Regler vedrørende erhvervsdrivende*

#### *Forretningskendetegn*

**§ 18.** Erhvervsdrivende må ikke benytte forretningskendetegn og lign., der ikke tilkommer dem, eller benytte egne kendetegn på en måde, der er egnet til at fremkalde forveksling med andres.

#### *Erhvervshemmeligheder og tekniske tegninger*

**§ 19.** Den, der er i tjeneste- eller samarbejdsforhold til en virksomhed eller udfører et hverv for denne, må ikke på utilbørlig måde skaffe sig eller forsøge at skaffe sig kendskab til eller rådighed over virksomhedens erhvervshemmeligheder.

*Stk. 2.* Har den pågældende fået kendskab til eller fået rådighed over virksomhedens erhvervshemmeligheder på retmæssig måde, må den pågældende ikke ubeføjet viderebringe eller benytte sådanne hemmeligheder. Forbuddet vedvarer i 3 år efter tjenesteforholdets, samarbejdsforholdets eller hvervets ophør.

*Stk. 3.* Reglerne i stk. 1 og 2 finder tilsvarende anvendelse på andre personer, der har lovlig adgang til virksomheden.

*Stk. 4.* Den, der i anledning af udførelsen af arbejde eller i øvrigt i erhvervsøjemed er blevet betroet tekniske tegninger, beskrivelser, opskrifter, modeller el.lign., må ikke ubeføjet benytte sådant materiale eller sætte andre i stand hertil.

*Stk. 5.* Erhvervsdrivende må ikke benytte en erhvervshemmelighed, såfremt kendskab til eller rådighed over den er opnået i strid med de ovenfor nævnte bestemmelser.

## Kapitel 5

### *Retsmidler og værneting*

#### *Retsmidler*

**§ 20.** Handlinger i strid med loven kan forbydes ved dom. I forbindelse hermed eller senere kan der ved dom gives sådanne påbud, som må anses for nødvendige for at sikre

- 1) forbuddets overholdelse, herunder ved bestemmelse om, at aftaler, som indgås i strid med et forbud, er ugyldige, og
- 2) genoprettelse af den forud for den ulovlige handling eksisterende tilstand, herunder om tilintetgørelse eller tilbagekaldelse af produkter og om udsendelse af oplysninger eller berigtigelse af angivelser.

*Stk. 2.* Handlinger i strid med loven pådrager erstatningsansvar i overensstemmelse med dansk rets almindelige regler.

*Stk. 3.* Den, der krænker eller uberettiget udnytter en andens ret i strid med denne lov, skal betale et rimeligt vederlag herfor.

*Stk. 4.* Foreligger der hverken forsæt eller uagtsomhed, skal den, der har krænket eller udnyttet en ret i strid med denne lov, betale et vederlag efter stk. 3, i det omfang det skønnes rimeligt.

#### *Sø- og Handelsretten*

**§ 21.** Borgerlige sager, hvor anvendelsen af denne lov er af væsentlig betydning for sagens udfald, anlægges ved Sø- og Handelsretten i København, medmindre parterne vedtager andet.

*Stk. 2.* Offentlige straffesager om overtrædelse af denne lov behandles ved Sø- og Handelsretten i København, medmindre nærmere kendskab til markedsføringsforhold skønnes at være af uvæsentlig betydning for sagens afgørelse.

## Dokumentet er Historisk

### Kapitel 6

#### *Forbrugerombudsmandens virksomhed*

##### *Forbrugerombudsmanden*

§ 22. Forbrugerombudsmanden fører tilsyn med, at loven og de i medfør af loven udstedte bekendtgørelser overholdes, navnlig ud fra hensynet til forbrugerne.

*Stk. 2.* Forbrugerombudsmanden kan kræve meddelt alle oplysninger, som skønnes nødvendige for dennes virksomhed, herunder til afgørelse af, om et forhold falder ind under lovens bestemmelser. Oplysningerne kan kræves meddelt inden for en kort frist, når det gælder sammenlignende reklame, eller når det efter omstændighederne skønnes påkrævet.

*Stk. 3.* Forbrugerombudsmanden udnævnes af ministeren for familie- og forbrugeranliggender for et tidsrum af 6 år og kan kun afskediges uden ansøgning, såfremt afskeden er begrundet i helbredsmæssige årsager, eller såfremt den pågældende som følge af strafbart forhold, tjenesteforseelse eller mislighed er uskikket til at forblive i stillingen. Ansættelsen ophører automatisk ved udgangen af den måned, hvori den pågældende fylder 70 år. Forlængelse eller genansættelse kan ikke finde sted. Forbrugerombudsmanden skal opfylde de almindelige betingelser for at blive dommer.

*Stk. 4.* Forbrugerombudsmandens afgørelser efter denne lov kan ikke indbringes for anden administrativ myndighed.

*Stk. 5.* Ministeren for familie- og forbrugeranliggender fastsætter nærmere regler om Forbrugerombudsmandens virksomhed.

##### *Forhandlingsprincippet*

§ 23. Forbrugerombudsmanden skal ved forhandling søge at påvirke de erhvervsdrivende til at handle i overensstemmelse med principperne for god markedsføringsskik og til at overholde loven i øvrigt.

*Stk. 2.* Tilsidesætter en erhvervsdrivende et tilsagn, der er afgivet over for Forbrugerombudsmanden efter forhandling i henhold til stk. 1, kan Forbrugerombudsmanden meddele den erhvervsdrivende sådanne påbud, som må anses nødvendige for at sikre tilsagnets overholdelse.

##### *Retningslinjer*

§ 24. Forbrugerombudsmanden søger efter forhandling med repræsentanter for forbrugerne og de relevante erhvervsorganisationer at påvirke de erhvervsdrivendes adfærd gennem udarbejdelse og offentliggørelse af retningslinjer for markedsføring på nærmere angivne områder, der må anses for væsentlige, navnlig ud fra hensynet til forbrugerne.

*Stk. 2.* Forbrugerombudsmanden kan uanset stk. 1 ikke udstede retningslinjer, der alene retter sig mod virksomheder omfattet af lov om finansiel virksomhed.

##### *Forhåndsbesked*

§ 25. Forbrugerombudsmanden afgiver på begæring udtalelse om sit syn på lovligheden af påtænkte markedsføringsforanstaltninger, medmindre en stillingtagen giver anledning til særlig tvivl eller der i øvrigt foreligger særlige omstændigheder. En forhåndsbesked indebærer ikke en egentlig stillingtagen til lovligheden af vedkommende foranstaltning.

*Stk. 2.* Når Forbrugerombudsmanden har afgivet en forhåndsbesked til en erhvervsdrivende om, at en påtænkt foranstaltning efter Forbrugerombudsmandens opfattelse vil være lovlig, kan Forbrugerombudsmanden ikke på eget initiativ over for den erhvervsdrivende gribe ind i anledning af en foranstaltning, som er dækket af forhåndsbeskeden og iværksat inden rimelig tid efter dennes afgivelse.

*Stk. 3.* Ministeren for familie- og forbrugeranliggender kan fastsætte nærmere regler om gebyr for forhåndsbesked.

### Kapitel 7

#### *Henlæggelsesbeføjelser*

§ 26. Ministeren for familie- og forbrugeranliggender kan henlægge sine beføjelser efter loven til en myndighed under ministeriet. Dette gælder ikke for beføjelser i henhold til § 22, stk. 5. Henlægger ministeren sine beføjelser til en myndighed under ministeriet, kan ministeren fastsætte regler om klageadgangen, herunder at klager ikke kan indbringes for anden administrativ myndighed.

### Kapitel 8

#### *Retsfølgning, forbud, påbud og erstatning*

##### *Retsfølgning m.v.*

§ 27. Enhver med en retlig interesse deri kan anlægge sag om forbud, påbud, erstatning og vederlag efter § 20. Forbrugerombudsmanden kan anlægge sag om forbud og påbud efter § 20, stk. 1.

*Stk. 2.* Forbrugerombudsmanden kan meddele påbud, hvis en handling klart er i strid med loven og ikke kan ændres ved forhandling.

*Stk. 3.* Et påbud kan af den, påbuddet retter sig mod, forlanges indbragt for domstolene. Anmodning herom skal fremsættes skriftligt over for Forbrugerombudsmanden inden 4 uger efter, at påbuddet er meddelt den pågældende. Forbrugerombudsmanden skal inden 1 uge efter modtagelse af anmodningen indbringe sagen for retten i den borgerlige retsplejes former.

*Stk. 4.* Anmodning efter stk. 3 har ikke opsættende virkning, men retten kan ved kendelse bestemme, at den pågældende under sagens behandling kan fortsætte den handling, påbuddet angår.

*Stk. 5.* Ankes en dom, hvorved et påbud ikke findes lovligt, kan den ret, der har afsagt dommen, eller den ret, hvortil sagen er indbragt, bestemme, at den pågældende ikke under ankesagen må udøve den handling, påbuddet angår.

*Stk. 6.* Rejses tiltale for overtrædelse af loven, overlades udførelsen af tiltalen til Forbrugerombudsmanden, såfremt denne begærer dette.

#### *Erstatningssøgsmål*

**§ 28.** Dersom en flerhed af forbrugere i forbindelse med overtrædelse af bestemmelserne i denne lov har ensartede krav på erstatning, kan Forbrugerombudsmanden på begæring indtale kravene under ét.

#### *Foreløbigt forbud*

**§ 29.** Forbrugerombudsmanden kan, når der er øjensynlig fare for, at formålet med et forbud som nævnt i § 20, stk. 1, vil forspildes, hvis rettens afgørelse skal afventes, nedlægge foreløbigt forbud. Sag til stadfæstelse af forbuddet skal anlægges senest næste hverdag. Reglerne i retsplejelovens § 642, nr. 2, § 643, § 645, stk. 1-3, og § 651 finder tilsvarende anvendelse, og reglerne i §§ 636 og 638 og § 648, stk. 2, finder anvendelse med de fornødne lempelser.

*Stk. 2.* Såfremt sag til stadfæstelse af et forbud efter stk. 1 ikke kan afgøres ved dom senest 5 hverdage efter sagens anlæg, kan retten under sagens forberedelse inden udløbet af den nævnte frist ved kendelse bestemme, at forbuddet fortsat skal stå ved magt. Retten giver, forinden sådan afgørelse træffes, så vidt muligt parterne adgang til at udtale sig. Stadfæstes forbuddet ikke inden fristens udløb, er det bortfaldet.

#### *Straf og påtale*

**§ 30.** Tilsidesættelse af et af retten nedlagt forbud eller påbud eller et af Forbrugerombudsmanden i henhold til § 23, stk. 2, eller § 27, stk. 2, meddelt påbud straffes med bøde eller fængsel i op til 4 måneder. Tilsidesættelse af et påbud om at tilbagebetale en modtaget pengeydelse straffes dog ikke.

*Stk. 2.* Den, som undlader at meddele oplysninger, der afkræves efter § 22, stk. 2, eller som i forhold, der omfattes af loven, meddeler Forbrugerombudsmanden urigtige eller vildledende oplysninger, straffes med bøde, medmindre højere straf er forskyldt efter anden lovgivning.

*Stk. 3.* Overtrædelse af bestemmelserne i § 3, stk. 1-3, §§ 4-6, § 8, stk. 2, §§ 9-11, § 13, stk. 1-4, § 14, § 15, stk. 3, og § 16, stk. 1-4, og forsættelig overtrædelse af § 18 straffes med bøde, medmindre højere straf er forskyldt efter anden lovgivning. Overtrædelser af § 3, stk. 2 og 3, der består i skadelig omtale af en anden erhvervsdrivende eller af forhold, der særlig angår den pågældende, er undergivet privat påtale.

*Stk. 4.* Overtrædelse af § 19 straffes med bøde eller fængsel i indtil 1 år og 6 måneder, medmindre højere straf er forskyldt efter straffelovens § 299 a. Påtale finder kun sted efter den forurettedes begæring.

*Stk. 5.* I regler, der udstedes i medfør af loven, kan der fastsættes straf af bøde for overtrædelse af bestemmelser i reglerne.

*Stk. 6.* Der kan pålægges selskaber m.v. (juridiske personer) strafansvar efter reglerne i straffelovens 5. kapitel.

**§ 31.** I straffeloven, jf. lovbekendtgørelse nr. 909 af 27. september 2005, foretages følgende ændring:

1. I § 299 a ændres »markedsføringslovens § 10« til: »markedsføringslovens § 19«.

### Kapitel 9

#### *Ikrafttræden m.v.*

#### *Ikrafttræden*

**§ 32.** Loven træder i kraft den 1. juli 2006. Dog træder § 9 først i kraft den 1. januar 2007.

*Stk. 2.* Den 1. juli 2006 ophæves med de i stk. 3 nævnte undtagelser lov om markedsføring, jf. lovbekendtgørelse nr. 699 af 17. juli 2000, samt lov om mærkning og skiltning med pris m.v., jf. lovbekendtgørelse nr. 209 af 28. marts 2000.

*Stk. 3.* I lov om markedsføring, jf. lovbekendtgørelse nr. 699 af 17. juli 2000, forbliver §§ 6 og 7 samt § 22, stk. 3 og 6, for så vidt angår overtrædelser af §§ 6 og 7, i kraft indtil den 1. januar 2007. Endvidere opretholdes § 23 i lov om markedsføring, jf. lovbekendtgørelse nr. 699 af 17. juli 2000, som ophævet ved § 9 i lov nr. 554 af 24. juni 2005, indtil den 1. juli 2007.

*Stk. 4.* Regler udstedt eller opretholdt i medfør af lov om markedsføring, jf. lovbekendtgørelse nr. 699 af 17. juli 2000, og lov om mærkning og skiltning med pris m.v., jf. lovbekendtgørelse nr. 209 af 28. marts 2000, opretholdes, indtil de ophæves eller afløses af bestemmelser udstedt i medfør af denne lov. Overtrædelser af reglerne straffes med bøde efter de hidtidige regler.

**Dokumentet er Historisk**

§ 33. Loven gælder ikke for Færøerne og Grønland.

*Givet på Christiansborg Slot, den 21. december 2005*

Under Vor Kongelige Hånd og Segl

MARGRETHE R.

/Lars Barfoed