

Udskriftsdato: 15. december 2025

2012/1 LSF 101 (Gældende)

Forslag til Lov om ændring af markedsføringsloven, retsplejeloven, lov om finansiell virksomhed og lov om betalingstjenester og elektroniske penge (Styrkelse af Forbrugerombudsmandens processuelle beføjelser og håndhævelsesbeføjelser i forhold til finansielle virksomheder m.v. samt styrkelse af beskyttelsen af børn og unge i forbindelse med markedsføring af alkohol)

Ministerium: Erhvervs- og Vækstministeriet

Journalnummer: Erhvervs- og Vækstmin.,
Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen, j.nr. 12/03361

Forslag

til

Lov om ændring af markedsføringsloven, retsplejeloven, lov om finansiel virksomhed og lov om betalingstjenester og elektroniske penge

(Styrkelse af Forbrugerombudsmandens processuelle beføjelser og håndhævelsesbeføjelser i forhold til finansielle virksomheder m.v. samt styrkelse af beskyttelsen af børn og unge i forbindelse med markedsføring af alkohol)

§ 1

I lov om markedsføring, jf. lovbekendtgørelse nr. 58 af 20. januar 2012, foretages følgende ændringer:

1. *Fodnoten* til lovens titel affattes således:

»1) Loven indeholder bestemmelser, der gennemfører dele af Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 2005/29/EF af 11. maj 2005 om virksomheders urimelige handelspraksis over for forbrugerne på det indre marked og om ændring af Rådets direktiv 84/450/EØF og Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 97/7/EF, 98/27/EF og 2002/65/EF og Europa-Parlamentets og Rådets forordning (EF) nr. 2006/2004 (direktivet om urimelig handelspraksis), EU-Tidende 2005 nr. L 149, s. 22, samt dele af Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 2006/123/EF af 12. december 2006 om tjenesteydelser i det indre marked (servicedirektivet), EU-Tidende 2006 nr. L 376, s. 36, og dele af Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 2008/48/EF af 23. april 2008 om forbrugerkreditaftaler og om ophævelse af Rådets direktiv 87/102/EØF, EU-Tidende 2008 nr. L 133, s. 66.«

2. I § 2, stk. 2, ændres »§§ 1 og 3, § 12 a, § 13, stk. 3 og stk. 8, nr. 1« til: »§ 1, § 13, stk. 3 og stk. 8, nr. 1«.

3. I § 2, stk. 3, ændres »§§ 13, stk. 2 og 4-6, og §§ 14 a, 15 og 16« til: »§ 13, stk. 2 og 4-6 og §§ 15 og 16«.

4. § 8, stk. 2, affattes således:

»Stk. 2. Markedsføring rettet mod børn og unge under 18 år må ikke direkte eller indirekte opfordre til vold eller anden farlig eller hensynsløs adfærd eller på utilbørlig måde benytte sig af vold, frygt eller overtro som virkemidler.«

5. I § 8 indsættes som stk. 3:

»Stk. 3. Markedsføring rettet mod børn og unge under 18 år må ikke indeholde omtale af, billeder af eller henvisninger til rusmidler, herunder alkohol.«

6. I § 27, stk. 1, 2. pkt., indsættes efter »§ 20, stk. 1«: », og på begæring anlægge sag om erstatning og vederlag«.

7. Efter § 27 indsættes:

»Informationspligt om forældelse

§ 27 a. Forbrugerombudsmanden kan, hvis det skønnes nødvendigt for at beskytte forbrugere mod retstab, efter forhandling meddele påbud om at informere relevante kunder om retsstillingen i relation til forældelse.«

8. I § 30, stk. 1, 1. pkt., indsættes efter »§ 27, stk. 2,«: »eller § 27 a,«.

9. I § 30, stk. 3, 1. pkt., ændres »§ 3, stk. 1 og 2, §§ 4-6, § 8, stk. 2, § 9, § 12 a, stk. 1 og 2, § 13, stk. 1-4, § 14, § 14 a, § 15, stk. 3, § 16, stk. 1-4,« til: »§ 3, stk. 1 og 2, §§ 4-6, § 8, stk. 2 og 3, § 9, § 12 a, stk. 1 og 2, § 13, stk. 1-4, § 14, § 14 a, § 15, stk. 3, § 16, stk. 1-4«.

10. Efter § 30 indsættes:

»**§ 30 a.** Erhvervs- og vækstministeren kan efter forhandling med justitsministeren fastsætte regler om, at Forbrugerombudsmanden i nærmere angivne sager om overtrædelse af denne lov eller regler udstedt i medfør heraf i et bødeforelæg kan tilkendegive, at sagen kan afgøres uden retssag, hvis den, der har begået overtrædelsen, erklærer sig skyldig i overtrædelsen og erklærer sig rede til inden en nærmere angiven frist at betale en i bødeforelægget angivet bøde. Fristen kan efter anmodning forlænges af Forbrugerombudsmanden.

Stk. 2. Reglerne i retsplejelovens § 834, stk. 1, nr. 2 og 3, og stk. 2, om krav til indholdet af et anklageskrift og om, at en sigtet ikke er forpligtet til at udtale sig, finder tilsvarende anvendelse på bødeforelæg.

Stk. 3. Vedtages bødeforelægget, bortfalder videre forfølgning. Vedtagelsen har samme virkning som en dom.«

§ 2

I retsplejeloven, jf. lovbekendtgørelse nr. 1008 af 24. oktober 2012 med senere ændringer, foretages følgende ændringer:

1. I § 260, stk. 1, ændres »stk. 2-9« til: »stk. 2-10«.

2. I § 260, stk. 2, ændres »8 og 9« til: »7, 9 og 10«.

3. I § 260 indsættes efter stk. 6 som nyt stykke:

»*Stk. 7.* Justitsministeren kan tillade, at forbrugerombudsmanden og ansatte i Forbrugerombudsmandens sekretariat kan møde for en part i byretten, landsretten samt i Sø- og Handelsretten i retssager inden for Forbrugerombudsmandens virksomhed, hvor Forbrugerombudsmanden optræder som mandatar. Det er en betingelse, at den ansatte har en dansk juridisk bachelor- og kandidatuddannelse, jf. dog § 135 a, stk. 2, og at den ansatte for at møde i landsretten eller Sø- og Handelsretten i andre sager end sager omfattet af § 15, stk. 2, nr. 4, har opnået møderet for landsretten og for Sø- og Handelsretten efter bestemmelsen i § 133.«

Stk. 7-10 bliver herefter stk. 8-11.

4. I § 260, stk. 7, der bliver stk. 8, indsættes efter »stk. 6«: »og 7«.

5. I § 267 a, stk. 1, ændres »8 og 9« til: »7, 9 og 10«.

§ 3

I lov om finansiel virksomhed, jf. lovbekendtgørelse nr. 705 af 25. juni 2012, som ændret ved § 2 i lov nr. 512 af 17. juni 2008 og § 2 i lov nr. 557 af 18. juni 2012, foretages følgende ændring:

1. I § 348, stk. 1, indsættes efter 1. pkt.:

»Forbrugerombudsmanden kan endvidere behandle sager vedrørende overtrædelse af strafbelagte bestemmelser i regler udstedt i medfør af denne lovs § 43, stk. 3.«

§ 4

I lov om betalingstjenester og elektroniske penge, jf. lovbekendtgørelse nr. 365 af 26. april 2011, som ændret ved lov nr. 1369 af 28. december 2011, foretages følgende ændring:

1. I § 97, stk. 6, indsættes før 1. pkt.:

»Forbrugerombudsmanden kan ved overtrædelse af de i stk. 1 opregnede bestemmelser anlægge sag om forbud, påbud, erstatning og tilbagesøgning af uretmæssigt opkrævede beløb. Markedsføringslovens § 20, § 23, stk. 1, § 27, stk. 1, og § 28 finder tilsvarende anvendelse.«

§ 5

Loven træder i kraft den 1. maj 2013.

§ 6

Stk. 1. Loven gælder ikke for Færøerne og Grønland, jf. dog stk. 2.

Stk. 2. § 3 og § 4 kan ved kongelig anordning helt eller delvis sættes i kraft for Færøerne og Grønland med de ændringer, som de færøske og grønlandske forhold tilsiger.

Bemærkninger til lovforslaget

Almindelige bemærkninger

1. Indledning
 - 1.1. Tilsynet med de finansielle virksomheder
 - 1.2. Beskyttelse af børn og unge
 - 1.3. Forbrugerombudsmandens processuelle beføjelser
 - 1.3.1. Individuelle erstatningssager
 - 1.3.2. Administrative bøder
 - 1.3.3. Rettergangsfuldmægtige – Forbrugerombudsmandens adgang til at give møde i retten
 - 1.4. Informationspligt om forældelse
 - 1.5. Straf og påtale
 - 1.6. Håndhævelsesbeføjelser i forhold til betalingstjenester og elektroniske penge
2. Lovforslagets indhold
 - 2.1. Tilsynet med de finansielle virksomheder
 - 2.1.1. Gældende ret
 - 2.1.1.1. Finanstilsynets kompetence efter lov om finansiell virksomhed med tilhørende bekendtgørelser
 - 2.1.1.2. Forbrugerombudsmandens kompetence på det finansielle område
 - 2.1.2. Lovforslagets udformning
 - 2.2. Beskyttelse af børn og unge
 - 2.2.1. Gældende ret
 - 2.2.2. Lovforslagets udformning
 - 2.3. Forbrugerombudsmandens processuelle beføjelser
 - 2.3.1. Individuelle erstatningssager
 - 2.3.1.1. Gældende ret
 - 2.3.1.2. Lovforslagets udformning
 - 2.3.2. Administrative bødeforelæg
 - 2.3.2.1. Gældende ret
 - 2.3.2.2. Lovforslagets udformning
 - 2.3.3. Rettergangsfuldmægtige - Forbrugerombudsmandens adgang til at give møde i retten
 - 2.3.3.1. Gældende ret
 - 2.3.3.2. Lovforslagets udformning
 - 2.4. Informationspligt om forældelse
 - 2.4.1. Gældende ret
 - 2.4.2. Lovforslagets udformning
 - 2.5. Straf og påtale
 - 2.5.1. Gældende ret
 - 2.5.2. Lovforslagets udformning
 - 2.6. Håndhævelsesbeføjelser i forhold til betalingstjenester og elektroniske penge
 - 2.6.1. Gældende ret
 - 2.6.2. Lovforslagets udformning
3. Økonomiske og administrative konsekvenser for det offentlige

4. Økonomiske og administrative konsekvenser for erhvervslivet
5. Administrative konsekvenser for borgerne
6. Miljømæssige konsekvenser
7. Forholdet til EU-retten
8. Hørte myndigheder og organisationer mv.
9. Sammenfattende skema

1. Indledning

Ændringsloven består af tre elementer: For det første foreslås Forbrugerombudsmandens beføjelser i forhold til finansielle virksomheder udvidet, så Forbrugerombudsmanden fremover får mulighed for at anvende markedsføringslovens regler om vildledning og købsopfordringer i forhold til finansielle virksomheder. Forbrugerombudsmanden får endvidere mulighed for at behandle sager vedrørende overtrædelse af straffelagte bestemmelser i regler om pris- og risikoplysninger for finansielle ydelser udstedt i medfør af lov om finansiell virksomhed. Derudover indebærer forslaget en præcisering af Forbrugerombudsmandens håndhævelsesbeføjelser i forhold til de bestemmelser i lov om betalingstjenester og elektroniske penge, som Forbrugerombudsmanden fører tilsyn med. For det andet foreslås det at styrke beskyttelsen af børn og unge ved at præcisere, at markedsføring rettet mod børn og unge ikke må indeholde billeder eller omtale af eller henvisninger til rusmidler, herunder alkohol. For det tredje foreslås det at udvide Forbrugerombudsmandens processuelle beføjelser. Dette sker ved at give Forbrugerombudsmanden mulighed for at anlægge individuelle erstatningssager, udstede administrative bødeforelæg samt ved at udvide Forbrugerombudsmandens adgang til at møde i retten ved egne medarbejdere. Endelig får Forbrugerombudsmanden mulighed for at meddele påbud til en erhvervsdrivende om at informere sine kunder om retsstillingen i relation til forældelse.

1.1. Tilsynet med de finansielle virksomheder

Formålet med nærværende forslag er at ligestille reguleringen af finansielle og ikke-finansielle virksomheder på områder, hvor der er tale om ensartede overtrædelser. Med lovforslaget foreslås det at give Forbrugerombudsmanden mulighed for at anvende markedsføringsloven også på det finansielle område. Lovforslaget ændrer ikke ved, at det fortsat er Finanstilsynet, der har hovedansvaret for at føre tilsyn med finansielle virksomheders overholdelse af den finansielle lovgivning – herunder god skik. Lovforslaget medfører således ikke ændringer i Finanstilsynets nuværende kompetence.

Det foreslås at give Forbrugerombudsmanden hjemmel til at tage sager op af egen drift eller på baggrund af klager, når det konstateres, at en finansiell virksomhed har overtrådt visse straffelagte regler i markedsføringsloven. I sager, hvor en finansiell virksomhed f.eks. har givet vildledende oplysninger, vil Forbrugerombudsmanden efter forslaget både kunne behandle sagens offentligretlige aspekter, herunder melde virksomheden til politiet, og forhandle med virksomheden vedrørende forbrugernes eventuelle erstatningskrav. Derved tilnærmes den tilsynskompetence, Forbrugerombudsmanden får på det finansielle område, med den struktur, som allerede kendes for andre specialområder f.eks. miljø eller telekommunikation.

Formålet med lovforslaget er endvidere, at reglerne vil kunne håndhæves ens over for alle typer erhvervsdrivende, da Forbrugerombudsmanden efter forslaget får mulighed for at tage sager op over for såvel finansielle som ikke-finansielle virksomheder, der overtræder den samme bestemmelse i markedsføringsloven. Det vil f.eks. sikre et mere ensartet tilsyn efter markedsføringen på kreditmarkedet, hvor såvel finansielle som ikke-finansielle virksomheder konkurrerer med hinanden.

I dag har Forbrugerombudsmanden en generel tilsynskompetence ifølge markedsføringsloven over

for alle typer af erhvervsdrivende, bortset fra erhvervsdrivende som er omfattet af lov om finansiel virksomhed.

Der foreslås en ophævelse af flere af de undtagelser i forhold til finansielle virksomheder, der eksisterer i dag i markedsføringslovens bestemmelse om lovens anvendelsesområde. Det foreslås således, at de strafbelagte bestemmelser i markedsføringsloven fremover også skal gælde for finansielle virksomheder. Dermed sikres, at finansielle virksomheder ligesom de øvrige aktører på kreditmarkedet også reguleres af de pågældende regler i markedsføringsloven. Med forslaget vil Forbrugerombudsmanden fremover kunne føre tilsyn med finansielle virksomheders overholdelse af de strafbelagte bestemmelser i markedsføringsloven vedrørende forbuddet mod vildledning og købsopfordringer samt markedsføring af kreditter.

Forslaget skaber endvidere overensstemmelse mellem Forbrugerombudsmandens kompetence og anvendelsesområdet for direktivet om urimelig handelspraksis, hvilket forbedrer Forbrugerombudsmandens mulighed for at deltage i EU-Kommissionens håndhævelsesprojekter på det finansielle område.

Det foreslås endvidere, at Forbrugerombudsmanden får mulighed for at behandle sager vedrørende overtrædelse af strafbelagte bestemmelser i regler om pris- og risikooplysninger for finansielle ydelser udstedt i medfør af lov om finansiel virksomhed.

Forbrugerombudsmanden har i dag mulighed for at behandle sager om mangelfulde prisoplysninger mod kreditgivning uden for det finansielle område. Med lovforslaget får Forbrugerombudsmanden mulighed for at rejse tilsvarende sager mod finansielle virksomheder med udgangspunkt i de prisoplysningsregler, der gælder på det finansielle område.

Nærværende lovforslag vil ikke ændre på kompetencefordelingen mellem Forbrugerombudsmanden og Finanstilsynet i relation til generalklausulerne om god skik, jf. lov om finansiel virksomhed. Finanstilsynet fører således fortsat det offentligretlige tilsyn med finansielle virksomheders overholdelse af god skik i lov om finansiel virksomhed og regler udstedt i medfør heraf. Finanstilsynet kan fortsat politianmelde finansielle virksomheder for overtrædelser af den finansielle lovgivning. Efter aftale med Forbrugerombudsmanden kan Finanstilsynet oversende sagen til Forbrugerombudsmanden med henblik på, at denne udfører tiltalen i stedet for Statsadvokaten for Særlig Økonomisk Kriminalitet. Dette kan være med til at sikre en mere ensartet behandling af straffesagerne, idet Forbrugerombudsmanden i forvejen behandler denne type sager.

Forbrugerombudsmanden vil endvidere fortsat have kompetence til at anlægge en civil sag mod en finansiel virksomhed vedrørende handlinger, der synes at stride imod redelig forretningsskik og god praksis, jf. lov om finansiel virksomhed § 348, stk. 1.

For at sikre at Forbrugerombudsmanden og Finanstilsynet ikke samtidig behandler en sag mod en finansiel virksomhed for overtrædelse af bestemmelser i markedsføringsloven og den finansielle lovgivning, forudsættes det, at der er et tæt samarbejde og koordinering mellem de to tilsyn. Det er således hensigten, at Forbrugerombudsmanden og Finanstilsynet orienterer hinanden om de sager, der tages op mod finansielle virksomheder under hensyntagen til den øvrige lovgivning om udveksling af oplysninger.

1.2. Beskyttelse af børn og unge

Det foreslås, at der foretages en ændring af markedsføringslovens § 8, stk. 2, således at formuleringen ”rusmidler, herunder alkohol” flyttes fra bestemmelsen, og at markedsføring af rusmidler, herunder alkohol, i stedet reguleres i et stk. 3, hvorefter markedsføring rettet mod børn og unge ikke må indeholde omtale eller billeder af eller henvisninger til rusmidler, herunder alkohol.

Forbrugerombudsmanden kan i dag gribe ind over for markedsføring rettet mod børn og unge, der direkte eller indirekte opfordrer til vold, anvendelse af rusmidler, herunder alkohol, eller anden farlig eller hensynsløs adfærd. Bestemmelsen kræver, at der er tale om opfordring til f.eks. indtagelse af rusmidler,

herunder alkohol. Derudover er der efter retspraksis lagt vægt på, at der skal være tale om brug af alkohol som et aggressivt og forrået virkemiddel, jf. UfR 2012.2435V. Der har således ikke været tale om et egentligt forbud mod alkohol i reklamer rettet mod børn og unge, således at enhver omtale eller afbildning af eller henvisning til alkohol anses for omfattet af forbuddet.

Ændringen foretages med henblik på at styrke beskyttelsen af børn og unge ved at sikre, at der ikke på nogen måde må anvendes rusmidler, herunder alkohol, enten direkte eller som virkemiddel i markedsføring rettet mod børn og unge. Det vil sige, at forbuddet både dækker brug af rusmidler, herunder alkohol, som virkemiddel i al markedsføring rettet mod børn og unge og i markedsføring af f.eks. alkohol som produkt rettet mod børn og unge.

Bestemmelsen ændrer ikke på den gældende retstilstand, hvorefter der gælder et alderskrav på 16 år ved salg af alkoholholdige drikkevarer med en alkoholvolumenprocent på 1,2 og derover fra butikker, hvor der foregår detailsalg samt et alderskrav på 18 år ved salg af alkoholholdige drikkevarer med en alkoholvolumenprocent på 16,5 og derover fra butikker, hvor der foregår detailsalg, jf. lovbekendtgørelse nr. 1020 af 21. oktober 2008 om forbud mod salg af tobak til personer under 18 år og salg af alkohol til personer under 16 år, som ændret ved lov nr. 707 af 25. juni 2010 om ændring af lov om forbud mod salg af tobak til personer under 18 år og salg af alkohol til personer under 16 år.

1.3 Forbrugerombudsmandens processuelle beføjelser

1.3.1. Individuelle erstatningssager

Det foreslås, at der foretages en ændring af markedsføringslovens § 27, stk. 1, således at Forbrugerombudsmanden på begæring af forurettede får mulighed for at anlægge individuelle erstatningssager.

Forbrugerombudsmanden kan i dag håndhæve markedsføringsloven ved f.eks. at anlægge retssager. Der kan være tale om straffesager, der kan resultere i bøde eller fængsel i op til 4 måneder, eller civile sager om f.eks. forbud og/eller påbud, herunder påbud om tilbagebetaling af en modtaget pengeydelse. Forbrugerombudsmanden kan også anlægge anerkendelsessøgsmål inden for dennes virksomhed, og Forbrugerombudsmanden kan anlægge kollektive søgsmål, herunder gruppesøgsmål, hvor Forbrugerombudsmanden repræsenterer forbrugere kollektivt i sager om ensartede krav, jf. § 28.

Forbrugerombudsmanden har derudover adgang til at anlægge både kollektive og individuelle erstatningssager efter § 348 i lov om finansiel virksomhed.

Efter de gældende regler har Forbrugerombudsmanden derimod ikke umiddelbart adgang til at anlægge individuelle sager om erstatning efter markedsføringsloven.

De hensyn og argumenter, der ligger til grund for Forbrugerombudsmandens adgang til at anlægge kollektive søgsmål om erstatning efter markedsføringsloven - f.eks. beløbsmæssige små krav - kan også gøre sig gældende for individuelle sager om erstatning, der tilsvarende kan få betydning for flere forbrugere. Ved vurderingen af, om individuelle sager skal anlægges, vil der således blive lagt vægt på, om kollektive forbrugerinteresser eller almene samfundsinteresser gør sig gældende.

Endelig vil en adgang til at anlægge individuelle erstatningssager efter markedsføringsloven sikre en optimering og effektivisering af Forbrugerombudsmandens tilsyn.

1.3.2. Administrative bødeforelæg

Det foreslås endvidere, at der indsættes en hjemmel i markedsføringsloven til, at erhvervs- og vækstministeren kan fastsætte regler om, at Forbrugerombudsmanden i nærmere angivne sager kan udstede administrative bødeforelæg.

1.3.3. Rettergangsfuldmægtige - Forbrugerombudsmandens adgang til at give møde i retten

Det foreslås at indføre hjemmel til, at justitsministeren kan tillade, at Forbrugerombudsmanden og

ansatte i Forbrugerombudsmandens sekretariat kan møde for en part i byretten, landsretten samt i Sø- og Handelsretten i retssager inden for Forbrugerombudsmandens virksomhed, hvor Forbrugerombudsmanden optræder som mandatar. Det fastsættes som en betingelse, at den ansatte har en dansk juridisk bachelor- og kandidatuddannelse, jf. dog retsplejelovens § 135 a, og at den ansatte for at møde i landsretten eller i Sø- og Handelsretten i andre sager end sager omfattet af retsplejelovens § 15, stk. 2, nr. 4, har opnået møderet for landsretten og for Sø- og Handelsretten efter bestemmelsen i retsplejelovens § 133.

Den foreslåede bestemmelse svarer til retsplejelovens § 260, stk. 6, hvorefter justitsministeren kan tillade, at jurister ansat i foreninger, interesseorganisationer og lignende, der virker som partsrepræsentanter i det arbejdsretlige system, kan møde for en part i byretten i retssager vedrørende løn- og ansættelsesforhold, som foreningerne, interesseorganisationerne og lignende som mandatar udfører for deres medlemmer inden for foreningens interesseområde.

1.4. Informationspligt om forældelse

Formålet med forslaget er at beskytte forbrugerne mod retstab. I tilfælde, hvor mange forbrugere har ensartede krav mod den samme erhvervsdrivende, men hvor det kun er et mindretal, der f.eks. har klaget, kan der være behov for, at kunderne bliver gjort opmærksom på, at de har mulighed for at gøre et krav gældende. I modsat fald er der risiko for, at et betydeligt antal kunder misforstår deres retsstilling og måske står med et forældet krav på det tidspunkt, hvor der f.eks. indgås forlig eller falder dom i en konkret sag. Udenforstående kunder vil da ikke have mulighed for at rejse tilsvarende krav mod den erhvervsdrivende.

Det foreslås derfor, at Forbrugerombudsmanden får mulighed for at meddele påbud til en erhvervsdrivende om at informere sine kunder om retsstillingen i relation til forældelse i de tilfælde, hvor Forbrugerombudsmanden skønner det nødvendigt for at beskytte forbrugerne mod retstab, og hvor der ikke kan opnås enighed med den erhvervsdrivende om enten en aftale om udskydelse af forældelsen (suspensionsaftale) eller en udsendelse af information om forældelsen til de berørte kunder.

1.5. Straf og påtale

Det foreslås, at markedsføringslovens straffebestemmelse justeres, således at overtrædelse af markedsføringslovens § 8, stk. 3, som affattet ved lovforslagets § 1, nr. 5, kan straffes med bøde, medmindre højere straf er forskyldt efter anden lovgivning.

Det foreslås endvidere, at straffebestemmelsen justeres, således at overtrædelse af markedsføringslovens § 27 a, som affattet ved lovforslagets § 1, nr. 7, kan straffes med bøde eller fængsel i op til 4 måneder, medmindre højere straf er forskyldt efter anden lovgivning.

1.6. Håndhævelsesbeføjelser i forhold til betalingstjenester og elektroniske penge

Formålet med forslaget er at præcisere, at Forbrugerombudsmanden som led i sit tilsyn med en række bestemmelser i lov om betalingstjenester og elektroniske penge har mulighed for at rejse de samme civilretlige krav, som gælder på det finansielle område, jf. § 348, stk. 1, i lov om finansiell virksomhed. Det sikres hermed, at Forbrugerombudsmanden også kan håndhæve overtrædelser på betalingstjenestområdet ved at anlægge sag om forbud, påbud, erstatning og tilbagesøgning af uretmæssigt opkrævede beløb.

Med den nuværende ordlyd af lovens § 97 kan der opstå tvivl om, hvorvidt Forbrugerombudsmanden alene har mulighed for at håndhæve overtrædelser ved at udstede administrative påbud, jf. § 97, stk. 3, eller ved at anlægge gruppesøgsmål, jf. § 97, stk. 6.

Præciseringen af Forbrugerombudsmandens civilretlige beføjelser på betalingstjenestområdet vil sikre Forbrugerombudsmanden muligheder for at følge effektivt op på afgørelser i Pengeinstitutankenævnet og

Teleankenævnet i sager om f.eks. betalingsinstrumenter, som Forbrugerombudsmanden fører tilsyn med, og som ofte vil rejse spørgsmål om erstatning eller tilbagesøgning.

2. Lovforslagets indhold

2.1. Tilsynet med de finansielle virksomheder

Markedsføringsloven regulerer erhvervsdrivendes handelspraksis, herunder at erhvervsvirksomhed drives tilbørligt og rimeligt under hensyn til såvel konkurrenter og andre erhvervsdrivende som forbrugerne og almene samfundsinteresser. Det er Forbrugerombudsmanden, der fører tilsyn med erhvervsdrivendes overholdelse af markedsføringsloven.

Imidlertid bevirker undtagelserne i markedsføringslovens § 2 blandt andet, at generalklausulen i § 1 om god skik, samt en række af de strafbelagte bestemmelser ikke gælder for finansielle virksomheder, i det omfang erhvervs- og vækstministeren har fastsat administrative regler på området. Finansielle virksomheders handelspraksis bliver således i vidt omfang reguleret gennem regler udstedt af erhvervs- og vækstministeren med hjemmel i lov om finansiell virksomhed. Finanstilsynet fører tilsyn med overholdelsen af disse regler.

Ved finansielle virksomheder skal forstås virksomheder, der er omfattet af lov om finansiell virksomhed.

Finanstilsynets og Forbrugerombudsmandens kompetence på området for god skik for finansielle virksomheder er reguleret i §§ 348 og 348 a i lovbekendtgørelse nr. 705 af 25. juni 2012 om finansiell virksomhed.

2.1.1. Gældende ret

2.1.1.1. Finanstilsynets kompetence efter lov om finansiell virksomhed

Ifølge lov om finansiell virksomhed § 348, stk. 2, kan Finanstilsynet give påbud om berigtigelse af forhold, der er i strid med §§ 43, 57 og 72. Finanstilsynet kan i den forbindelse foretage inspektionsbesøg i filialer af administrationsselskaber og investeringsselskaber.

Finanstilsynet fører således det administrative, offentligtretlige tilsyn med finansielle virksomheders overholdelse af god skik for finansielle virksomheder. Det gælder også de undtagne bestemmelser i markedsføringslovens § 2, stk. 2 og 3, når tilsvarende bestemmelser er indeholdt i de udstedte bekendtgørelser. Som eksempel på bekendtgørelser udstedt for finansielle virksomheder på området, hvor markedsføringsloven ellers gælder, kan nævnes bekendtgørelse nr. 769 af 27. juni 2011 om god skik for finansielle virksomheder mv. og bekendtgørelse nr. 1210 af 24. oktober 2010 om information til forbrugere om priser mv. i pengeinstitutter. Bekendtgørelserne er udstedt med hjemmel i lov om finansiell virksomhed § 43.

Finanstilsynet kan tage sager vedrørende overholdelsen af god skik og de udstedte bekendtgørelser op af egen drift f.eks. i forbindelse med inspektionsbesøg eller temaundersøgelser. Finanstilsynet kan endvidere tage sager op efter anmodning fra Det Finansielle Virksomhedsråd eller Forbrugerombudsmanden. Finanstilsynet modtager tillige henvendelser direkte fra forbrugere, der imidlertid normalt henvises til de finansielle ankenævn, hvis klagen også vedrører civilretlige spørgsmål om erstatning eller tilbagebetaling af uretmæssigt opkrævede beløb. Erhvervsdrivende henvises til domstolene.

Finanstilsynet træffer en traditionel forvaltningsretlig afgørelse med mulighed for administrativ rekurs, og tilsynet har ikke en direkte søgsmålskompetence til domstolene.

Endvidere skal Finanstilsynet efter lov om finansiell virksomhed § 348 a underrette Forbrugerombudsmanden, hvis Finanstilsynet under udøvelsen af sit tilsyn bliver bekendt med, at bankkunder kan have lidt et tab som følge af, at den finansielle virksomhed har overtrådt god skik, jf. lov om finansiell virksomhed § 43, stk. 1, eller bestemmelser udstedt i medfør af § 43, stk. 2.

2.1.1.2. Forbrugerombudsmandens kompetence på det finansielle område

Efter lov om finansiell virksomhed § 348, stk. 1, har Forbrugerombudsmanden judiciel, det vil sige under en domstolsprocedure eller ved indgåelse af udenretligt eller indenretligt forlig, mulighed for at behandle de samme spørgsmål vedrørende god skik, som Finanstilsynet kan behandle administrativt ved påbud efter lovens § 43, stk. 2.

Efter lov om finansiell virksomhed § 348, stk. 1, kan Forbrugerombudsmanden anlægge sag vedrørende handlinger, der strider mod redelig forretningsskik og god praksis, jf. lovens § 348, stk. 1 og 2, herunder sag om forbud, påbud, erstatning og tilbagesøgning af uretmæssigt opkrævede beløb.

Derudover kan Forbrugerombudsmanden udpeges som grupperepræsentant i et gruppesøgsmål, jf. lov om finansiell virksomhed § 348, stk. 1, 3. pkt., jf. herved retsplejelovens kapitel 23 a.

Forbrugerombudsmanden kan også anlægge anerkendelsessøgsmål under dennes virksomhed, og Forbrugerombudsmanden kan i øvrigt foretage hoved- og biintervention i verserende civile retssager efter de almindelige regler herom i retsplejelovens §§ 251 og 252.

Forbrugerombudsmanden kan med henvisning til markedsføringslovens § 22 kræve at få oplysninger fra de pågældende virksomheder med henblik på at kunne vurdere sagen på et fuldt oplyst grundlag.

Forbrugerombudsmanden overvåger endvidere praksis ved de private finansielle ankenævn med henblik på eventuelt at tage sager op af egen drift, hvis ankenævnet f.eks. afviser sagen, fordi den kræver nærmere bevisførelse, hvis den finansielle virksomhed ikke følger nævnets afgørelse, eller hvis Forbrugerombudsmanden ikke er enig i afgørelsen.

Uden for det finansielle område kan Forbrugerombudsmanden efter markedsføringsloven anvende yderligere retsmidler. Forbrugerombudsmanden kan f.eks. forhandle retningslinjer med brancheforeninger, opnå tilsagn, give forhåndsbeskeder om påtænkte markedsføringstiltag og gennem forhandling med den enkelte erhvervsdrivende påvirke denne til at følge markedsføringsloven.

Forbrugerombudsmanden kan også nedlægge foreløbigt forbud, meddele administrativt påbud, samt indgive politianmeldelse, når markedsføringslovens straffelagte bestemmelser er overtrådt.

På det strafferetlige område har Forbrugerombudsmanden i samarbejde med anklagemyndigheden mulighed for at føre straffesager. Det følger af markedsføringslovens § 27, stk. 6, retsplejelovens § 104, stk. 2, og § 105, stk. 3. Endvidere er politiet efter Rigsadvokatens meddelelse 7-2008 forpligtet til at høre Forbrugerombudsmanden i sager om strafbare overtrædelser af markedsføringsloven.

2.1.2. Lovforslagets udformning

Med henblik på at forøge omfanget af tilsynet med den finansielle sektor foreslås det at udvide Forbrugerombudsmandens kompetence på området, så Forbrugerombudsmanden fremover bl.a. vil kunne håndhæve markedsføringslovens §§ 3, 12 a og 14 a over for finansielle virksomheder.

Forbrugerombudsmanden får derved over for finansielle virksomheder mulighed for at håndhæve markedsføringslovens straffelagte bestemmelser om vildledning og utilbørlig markedsføring, købsopfordringer samt markedsføring af kreditter.

Både Finanstilsynet og Forbrugerombudsmanden kan således efter forslaget på eget initiativ tage sager op over for finansielle virksomheder. Finanstilsynet kan politianmelde finansielle virksomheder for overtrædelser af straffelagte regler udstedt i medfør af lov om finansielle virksomheder, mens Forbrugerombudsmanden kan politianmelde virksomhederne med hjemmel i markedsføringsloven. I straffesager, hvor en finansiell virksomhed har overtrådt straffelagte regler i markedsføringsloven eller tilsvarende regler i den finansielle lovgivning, kan Finanstilsynet og Forbrugerombudsmanden aftale, at Forbrugerombudsmanden udfører tiltalen for overtrædelse af begge regelsæt i det omfang, Rigsadvokaten vil give bemyndigelse hertil, jf. retsplejelovens § 104, stk. 2, og § 105, stk. 3.

Forbrugerombudsmanden vil endvidere få mulighed for at tage sager op med henblik på at undersøge,

hvorvidt der er det fornødne grundlag for at rejse en straffesag, uanset om Finanstilsynet efter en eventuel høring af Det Finansielle Virksomhedsråd ikke finder anledning til at politianmelde en finansiell virksomhed.

Forbrugere, der klager til Forbrugerombudsmanden over, at en finansiell virksomhed anvender vildledende markedsføring eller ikke giver tilstrækkelige oplysninger om f.eks. priser og vilkår, vil opleve, at der samtidig under sagsbehandlingen vil kunne tages stilling til, om der skal gøres et erstatningskrav gældende mod virksomheden. På den måde vil forbrugerne kunne få en hurtigere og mere effektiv behandling af deres sager.

Når Forbrugerombudsmanden konstaterer, at bestemte pengeinstitutter står bag ikke-finansielle kreditformidlers (f.eks. et supermarked eller en bilforhandlers) mangelfulde markedsføring af kreditter, bevirker lovforslaget, at Forbrugerombudsmanden fremover vil kunne tage sagen op direkte over for pengeinstituttet. Dermed sikres det, at tilsynet bliver mere effektivt, da Forbrugerombudsmanden kan gå direkte til de ansvarlige for markedsføringen i stedet for at tage sager op over for hver enkelt kreditformidler.

Det foreslås endvidere, at der foretages en ændring af § 348, stk. 1, i lov om finansiell virksomhed for at give Forbrugerombudsmanden mulighed for at behandle sager om overtrædelse af strafbelagte bestemmelser i regler udstedt i medfør af denne lovs § 43, stk. 3.

Der er i dag udstedt to bekendtgørelser i medfør af § 43, stk. 3, i lov om finansiell virksomhed. Der er tale om bekendtgørelse nr. 345 af 15. april 2011 om risikomærkning af investeringsprodukter og bekendtgørelse nr. 1210 af 24. oktober 2010 om information til forbrugere om priser m.v. i pengeinstitutter.

Det foreslås, at Forbrugerombudsmanden vil kunne anvende de beføjelser, der fremgår af markedsføringslovens § 20, § 22, stk. 2, § 23, stk. 1, § 27, stk. 1, og § 28 ved behandling af sager om overtrædelse af strafbelagte bestemmelser i de nævnte bekendtgørelser. Det vil bl.a. sige, at Forbrugerombudsmanden kan anlægge sag ved domstolene om nedlæggelse af påbud og kræve meddelt alle oplysninger, som skønnes nødvendige for dennes virksomhed.

2.2. Beskyttelse af børn og unge

2.2.1. Gældende ret

Ifølge markedsføringslovens § 8, stk. 2, må markedsføring rettet mod børn og unge ikke direkte eller indirekte opfordre til vold, anvendelse af rusmidler, herunder alkohol, eller anden farlig eller hensynsløs adfærd.

Der er tale om et forbud mod at opfordre til bl.a. indtagelse af alkohol i reklamer rettet mod børn og unge. Derudover er der ifølge retspraksis lagt vægt på, at der skal være tale om brug af alkohol som et aggressivt og forrået virkemiddel, jf. UfR 2012.2435V. Det er ifølge forarbejderne til § 8, stk. 2, ikke tilladt at bruge druk som blikfang til at sælge et andet produkt; f.eks. vil det være i strid med bestemmelsen at markedsføre en ungdomsrejse med, at det på turen vil være muligt at drikke sig fra sans og samling.

Derudover gælder der et frivilligt regelsæt om markedsføring af alkoholholdige drikkevarer (Retningslinjer for markedsføring af alkoholholdige drikkevarer), som ikke tillader, at alkoholholdige produkter markedsføres direkte over for børn og unge, jf. aftale om regler for markedsføring af alkoholholdige drikkevarer udstedt efter forhandling med Alkoholpolitisk Landsråd, Bryggeriforeningen, Dansk Erhverv, Danske Reklamebureauers Brancheforening, De Samvirkende Købmænd, Erhvervsministeriet, Foreningen af Danske Spiritusfabrikanter, Forbrugerrådet, Fællesforeningen af Danske Brugsforeninger, HORESTA, Sundhedsministeriet, Fødevarestyrelsen og Vin og Spiritusorganisationen i Danmark. Retningslinjerne er senest revideret i 2011.

Retningslinjerne blev oprindeligt forhandlet i 1999 af Erhvervsministeriet med en række erhvervsor-

ganisationer, herunder industrien, detailhandelen og hotel og restaurantbranchen, reklamebranchen, Forbrugerrådet samt Sundhedsministeriet og Fødevarestyrelsen. Retningslinjerne trådte i kraft i 2000, og samtidig blev Alkoholreklamenævnet (dengang Håndhævelsesudvalget) oprettet til at administrere og håndhæve retningslinjerne.

Alkoholreklamenævnet behandler årligt omkring 10-15 sager, der indbringes af organisationer og forbrugere eller tages op af Nævnet af egen drift. Nævnet udtaler kritik af virksomhederne, såfremt Nævnet finder, at virksomhedens markedsføring ikke overholder retningslinjerne, hvorefter virksomhederne i langt de fleste tilfælde retter ind.

Retningslinjerne og Alkoholreklamenævnet har fungeret parallelt med markedsføringslovens bestemmelser og Forbrugerombudsmandens kompetencer. I 2008 indgik Alkoholreklamenævnet og Forbrugerombudsmanden endvidere en sagsbehandlingsaftale med henblik på at koordinere de to systemer. Sagsbehandlingsaftalen indebærer bl.a. gensidig orienteringspligt om indkomne sager, egen-driftssager og henvisning til den anden part.

Endvidere er der i lov om forbud mod salg af tobak til personer under 18 år og salg af alkohol til personer under 16 år fastsat et alderskrav i forbindelse med køb af alkoholholdige drikkevarer fra butikker, hvor der foregår detailsalg, jf. lovbekendtgørelse nr. 1020 af 21. oktober 2008 samt lov nr. 707 af 25. juni 2010 om ændring af lov om forbud mod salg af tobak til personer under 18 år og salg af alkohol til personer under 16 år.

Bestemmelsen i markedsføringslovens § 8, stk. 2, indeholder imidlertid ikke i dag et egentligt forbud mod f.eks. alkohol i reklamer rettet mod børn og unge, således at enhver omtale eller afbildning af eller henvisning til f.eks. alkohol anses for omfattet af forbuddet. Vestre Landsret anfører endvidere i ovennævnte sag, at det anses for betænkeligt i strafferetlig henseende, jf. straffelovens § 1, at forstå ordene ”direkte og indirekte at opfordre til ... anvendelse af ... alkohol” som enhver omtale eller afbildning af alkohol i markedsføring rettet mod unge af andre produkter. En erhvervsdrivende, der sælger rejser til unge under 18 år, må således gerne ifølge retspraksis markedsføre sig med, at der under rejsen besøges et antal barer, hvor der serveres øl, at der er frie drikkevarer, billige drinks, eller at der er ”happy hour”. Dog må udtrykket ”pubcrawling” som udgangspunkt ikke anvendes, da det ifølge Vestre Landsret anses for at være opfordring til druk.

Overtrædelse af forbuddet i markedsføringslovens § 8, stk. 2, er strafsanktioneret, jf. markedsføringslovens § 30, stk. 3.

2.2.2. Lovforslagets udformning

Med henblik på at øge beskyttelsen af børn og unge under 18 år foreslås det, at der indsættes en ny bestemmelse i markedsføringslovens § 8, stk. 3, hvorefter det ikke er tilladt at benytte rusmidler, herunder alkohol som f.eks. øl og spiritus eller lignende, som blikfang til at sælge et produkt. Ifølge bestemmelsen må markedsføring, der er rettet mod børn og unge, ikke indeholde omtale eller billeder af eller henvisninger til rusmidler, herunder alkohol. Det gælder uanset, om markedsføringen vedrører salg af alkohol, eller om alkohol anvendes som virkemiddel til at sælge andre produkter.

Baggrunden for at indsætte et nyt stk. 3 og dermed flytte rusmidler, herunder alkohol, fra stk. 2 til stk. 3, er, at Vestre Landsret i dommen optrykt i UfR 2012, 2435V, har fastslået, at den nuværende formulering af bestemmelsen ikke giver grundlag for at anse enhver form for omtale af alkohol i reklamer rettet mod unge i aldersgruppen 16-18 år for en overtrædelse af bestemmelsen i § 8, stk. 2. Det foreslås på den baggrund at indføre et generelt, strafbelagt forbud mod enhver omtale eller billeder af eller henvisning til rusmidler, herunder alkohol, i markedsføring rettet mod børn og unge.

Det foreslås, at overtrædelser af stk. 3 strafbelægges på samme måde som stk. 2, således at virksomheder, som benytter de i bestemmelsen nævnte virkemidler i markedsføring rettet mod børn og unge, kan

straffes i modsætning til i dag. Formålet med at indføre et straffebelagt forbud er at opnå en stærkere præventiv effekt.

Derudover skal erhvervsdrivende i medfør af markedsføringslovens § 1 udvise særligt hensyn ved reklamer, som indeholder omtale eller billeder af eller henvisninger til rusmidler, herunder alkohol, uanset at de ikke særligt er målrettet børn og unge, hvis de vises på offentlige steder, hvor der navnlig færdes børn og unge, f.eks. i umiddelbar nærhed af pasnings-, fritids- eller uddannelsesinstitutioner, hvor børn og unge under 18 år opholder sig eller ved legepladser. Det gælder også hjemmesider, hvor navnlig børn og unge færdes, f.eks. på sociale medier på internettet.

2.3. Forbrugerombudsmandens processuelle beføjelser

2.3.1. Individuelle erstatningssager

2.3.1.1. Gældende ret

I henhold til markedsføringslovens § 27, stk. 1, kan enhver med fornøden retlig interesse anlægge sag om blandt andet erstatning, jf. § 20, stk. 2. Det gælder ifølge samme bestemmelse ikke umiddelbart for Forbrugerombudsmanden.

Forbrugerombudsmanden har efter markedsføringslovens § 28 mulighed for på begæring at indtale ensartede krav på erstatning for flere forbrugere i forbindelse med overtrædelse af lovens bestemmelser. Forbrugerombudsmanden kan i så fald gå frem efter retsplejelovens regler om subjektiv kumulation, jf. retsplejelovens § 250, eller gruppesøgsmål, jf. retsplejelovens kapitel 23 a.

Det er uklart, om de gældende bestemmelser i markedsføringslovens §§ 27 og 28 skal fortolkes således, at Forbrugerombudsmanden kun kan føre kollektive sager om erstatning, men ikke individuelle sager.

2.3.1.2. Lovforslagets udformning

Ifølge gældende ret har Forbrugerombudsmanden ikke umiddelbart adgang til at anlægge individuelle erstatningssager efter markedsføringsloven. Dette anses for uhensigtsmæssigt, da der ved individuelle søgsmål kan være de samme relevante og naturlige grunde til, at Forbrugerombudsmanden indtaler et erstatningskrav i forbindelse med overtrædelse af lovens bestemmelser, som ved kollektive søgsmål. Tilsvarende kan en individuel erstatningssag få betydning for flere forbrugere, selvom disse ikke måtte være direkte omfattet af den pågældende sag.

Med forslagens § 1, nr. 6, foreslås det, at der foretages en ændring af markedsføringslovens § 27, stk. 1, således at Forbrugerombudsmanden på begæring af forurettede får adgang til at anlægge individuelle erstatningssager.

Adgang til at anlægge individuelle erstatningssager efter markedsføringsloven vil sikre en optimering og effektivisering af Forbrugerombudsmandens tilsyn. Ved vurderingen af, om individuelle sager skal anlægges, vil der således blive lagt vægt på, om kollektive forbrugerinteresser eller almene samfundsinteresser gør sig gældende.

Bestemmelsen vil endvidere give Forbrugerombudsmanden en nemmere og hurtigere adgang til at kunne gribe ind over for unfair konkurrence til gavn for de erhvervsdrivende, der overholder reglerne.

2.3.2. Administrative bødeforelæg

2.3.2.1. Gældende ret

Efter gældende lovgivning kan Forbrugerombudsmanden foretage politianmeldelse, hvor det konstateres, at der er sket overtrædelse af en straffebelagt bestemmelse i markedsføringsloven, jf. markedsføringslovens § 30. Politiet vil herefter i samarbejde med Forbrugerombudsmanden forestå den videre efterforsk-

ning af sagen og vurdere, om der er grundlag for at rejse en straffesag ved domstolene eller at afslutte sagen med et udenretligt bødeforelæg. Hvis der rejses tiltale for overtrædelse af markedsføringsloven, kan Forbrugerombudsmanden på egen begæring overlades udførelsen af tiltalen, jf. markedsføringslovens § 27, stk. 6. Der er imidlertid ikke efter gældende ret hjemmel til, at Forbrugerombudsmanden kan udstede administrative bødeforelæg i forbindelse med overtrædelse af strafbelagte bestemmelser i markedsføringsloven eller regler udstedt i medfør heraf.

2.3.2.2. Lovforslagets udformning

I dag har Forbrugerombudsmanden ikke mulighed for at udstede administrative bødeforelæg i tilståelsessager. Det tilkommer alene anklagemyndigheden.

Hvis der konstateres en overtrædelse af en strafbelagt bestemmelse i markedsføringsloven, har Forbrugerombudsmanden i dag mulighed for at politianmelde overtræderen. Politiet forestår herefter i samarbejde med Forbrugerombudsmanden den videre strafferetlige behandling af sagen, jf. Rigsadvokatens meddelelse 7-2008. Det bemærkes, at hvis der rejses tiltale for overtrædelse af loven, kan Forbrugerombudsmanden på egen begæring overlades udførelsen af tiltalen, jf. markedsføringslovens § 27, stk. 6.

Ved overtrædelser, hvor der ikke er bevistvivl, og hvor der er tale om ukomplicerede sager, er der risiko for, at den nuværende sagsgang vil kunne føre til unødigt lang sagsbehandlingstid med deraf følgende usikkerhed for overtræderen vedrørende dennes retsstilling. Henset til dette, samt Forbrugerombudsmandens erfaring med, at flere straffesager typisk kan afsluttes med et bødeforelæg, bør sagsbehandlingstiden afkortes mest muligt ved de enkle og ukomplicerede sager af hensyn til håndhævelsen og overtræderen.

Formålet med forslaget er således at give Forbrugerombudsmanden mulighed for at reagere hurtigere på visse overtrædelser, hvor der er tale om ukomplicerede sager uden bevistvivl, ved at afslutte sådanne sager med administrative bødeforelæg. Overtrædelserne, som kan danne grundlag for udstedelse af administrative bødeforelæg, skal være klare og umiddelbart konstaterbare, og sagens afgørelse, herunder fastsættelsen af bødens størrelse, skal være uden skønsmæssige elementer af betydning.

Det foreslås derfor, at der tilvejebringes et hjemmelsgrundlag, som gør det muligt for Forbrugerombudsmanden at udstede administrative bødeforelæg i nærmere angivne sager om overtrædelse af markedsføringslovens regler eller regler udstedt i medfør heraf i tilfælde af åbenbare og objektivt konstaterbare overtrædelser, som konstateres i forbindelse med anmeldelser eller ved Forbrugerombudsmandens egen foranledning, f.eks. ved stikprøvekontrol.

Med forslaget sikres en hurtigere og nemmere mulighed for at få afsluttet en strafsanktioneret markedsføringssag. Det forventes, at hjemlen vil betyde en smidiggørelse af sagsbehandlingen for både anklagemyndigheden og Forbrugerombudsmanden.

De bestemmelser i markedsføringsloven, som hjemlen tænkes anvendt på, er f.eks. markedsføringslovens § 3 om vildledende og utilbørlig markedsføring, § 6 om uanmodet henvendelse til bestemte aftagere (spam-forbuddet), § 8, stk. 2, og den foreslåede § 8, stk. 3, om markedsføring rettet mod børn og unge, § 12 a om købsopfordring, § 13 om prisoplysninger og § 15, stk. 3, om gebyrer.

Det vurderes generelt i forhold til de nævnte bestemmelser, at der kan være tale om enkle og ukomplicerede sager, der i så fald også vil være nemme at dokumentere. Opremsningen ovenfor af de enkelte bestemmelser, som hjemlen tænkes anvendt på, er ikke udtømmende.

For så vidt angår sanktionsniveauet bemærkes, at der visse steder i tidligere lovbemærkninger til markedsføringsloven er angivet, hvordan førstegangsovertrædelser bør sanktioneres. Det følger heraf, at bødeudmålingen normalt søges fastsat under hensyntagen til overtrædelsens grovhed og omfang samt den indvundne eller tilsigtede fortjeneste. Det har imidlertid vist sig i praksis at være særdeles vanskeligt at føre bevis for den indvundne eller tilsigtede fortjeneste. Når beviset ikke kan føres, søges bødeudmålingen fastsat ud fra andre kriterier.

Som eksempel herpå er der i lovbemærkningerne til markedsføringslovens § 6 (spam-forbuddet) fra 2005 foreslået en beregningsmodel ved overtrædelse af bestemmelsen. Ifølge beregningsmodellen straffes som udgangspunkt med en minimumsbøde på 10.000 kr. for indtil 100 overtrædelser og 100 kr. for hver yderligere overtrædelse. Dog nedsættes bøden typisk ved meget store antal udsendelser. Forbrugerombudsmanden tager i sager om overtrædelse af lovens § 6 udgangspunkt i beregningsmodellen.

Ved overtrædelse af visse andre bestemmelser i markedsføringsloven er der eksempler på, at der idømmes bødestraf med udgangspunkt i det dobbelte af markedsføringsudgifterne, når der ikke kan føres bevis for den indvundne eller tilsigtede fortjeneste. Det drejer sig f.eks. om sager om overtrædelse af markedsføringslovens § 3 om vildledende og utilbørlig markedsføring, § 8, stk. 2, om markedsføring rettet mod børn og unge samt § 13 om prisoplysninger i kombination med § 3.

Med hensyn til markedsføringslovens § 15, stk. 3, følger det af tidligere lovbemærkninger, at overtrædelse af bestemmelsen som udgangspunkt bør straffes med en minimumsbøde på kr. 30.000 eller det dobbelte af nettofortjenesten ved den ulovlige opkrævning af gebyret, hvis nettofortjenesten udgør mere end kr. 30.000.

Det følger også af tidligere lovbemærkninger, at bevidste, grove og gentagne overtrædelser af markedsføringsloven bør straffes med bøder, der har en sådan størrelse, at de har en reel præventiv effekt.

Det vil inden udstedelsen af en bekendtgørelse blive afklaret mellem Forbrugerombudsmanden og anklagemyndigheden, om der foreligger tilstrækkelig klar praksis i forhold til den enkelte bestemmelse. Hvis praksis vurderes at være utilstrækkelig, vil der ikke blive udstedt administrative bøder, før der har været ført et passende antal prøvesager.

Med forslagets § 1, nr. 10, bemyndiges erhvervs- og vækstministeren i overensstemmelse med ovenstående til efter forhandling med justitsministeren at fastsætte regler om, at Forbrugerombudsmanden kan afslutte en sag om overtrædelse af markedsføringslovens regler eller regler udstedt i medfør heraf med et administrativt bødeforelæg. Det foreslås, at bemyndigelsesbestemmelsen kun kan anvendes efter forhandling med justitsministeren. Det skal være med til at sikre, at betingelserne om, at der skal være tale om sager, der er enkle og ukomplicerede uden bevistvivl eller tvivl om sanktionsniveau for normalbøder i førstegangstilfælde i forskellige situationer, er opfyldt.

Det kan ikke udelukkes, at der kan opstå konkrete tilfælde, hvor overtrædelse af de pågældende bestemmelser alligevel ikke kan anses for ukomplicerede og uden bevismæssige tvivlsspørgsmål, eller hvor der kan rejses tvivl om rette sanktionsniveau. Der kan også være sager, hvor overtrædelsens omfang og grovhed gør, at normalbødestørrelsen ikke vurderes som det egnede sanktionsniveau. Det forudsættes, at Forbrugerombudsmanden i sådanne tilfælde vil fortsætte den nuværende praksis med at overgive sagen til politiet til videre foranstaltning frem for at udstede et administrativt bødeforelæg.

En betingelse for, at sagen kan afsluttes med et administrativt bødeforelæg, vil efter den foreslåede ordning være, at den pågældende erkender sig skyldig i overtrædelsen og erklærer sig indforstået med, at sagen afgøres administrativt med betaling af bøden.

Herudover vil kravet om, at en sigtet ikke er pligtig til at udtale sig, samt dele af retsplejelovens krav til indholdet til et anklageskrift, skulle opfyldes, herunder f.eks. tiltaltes navn og adresse, oplysninger om det forhold, der rejses tiltale for samt den regel, der påstås overtrådt, og en kort beskrivelse af det forhold, der rejses tiltale for, med sådan angivelse af tid, sted, genstand, udførelsesmåde og andre nærmere omstændigheder, som er nødvendig for en tilstrækkelig og tydelig beskrivelse, jf. retsplejelovens § 834, stk. 1, nr. 2 og 3, og stk. 2. Såfremt den pågældende ikke er indforstået med at lade sagen afgøre administrativt, det vil sige ikke ønsker at vedtage bødeforelægget, skal sagen oversendes til politiet med henblik på videre foranstaltning.

2.3.3. Rettergangsfuldmægtige - Forbrugerombudsmandens adgang til at give møde i retten

2.3.3.1. Gældende ret

Forbrugerombudsmanden har i dag en række beføjelser i lovgivningen til at anlægge retssager.

Efter markedsføringslovens § 27, stk. 1, 2. pkt., kan Forbrugerombudsmanden anlægge sag om forbud og/eller påbud inden for markedsføringslovens område. Hvis en flerhed af forbrugere i forbindelse med overtrædelse af bestemmelser i markedsføringsloven har ensartede krav på erstatning, kan Forbrugerombudsmanden på begæring indtale kravene under ét, jf. markedsføringslovens § 28, stk. 1.

Efter lov om finansiel virksomhed § 348, stk. 1, kan Forbrugerombudsmanden tillige anlægge sag vedrørende handlinger, der strider mod redelig forretningsskik og god praksis, jf. lovens § 43, stk. 1 og 2, herunder sag om forbud, påbud, erstatning og tilbagesøgning af uretmæssigt opkrævede beløb.

Derudover kan Forbrugerombudsmanden udpeges som grupperepræsentant i et gruppesøgsmål, jf. markedsføringslovens § 28, stk. 2, og lov om finansiel virksomhed § 348, stk. 1, 3. pkt., jf. herved retsplejelovens kapitel 23 a.

Forbrugerombudsmanden kan også anlægge anerkendelsessøgsmål under dennes virksomhed, og Forbrugerombudsmanden kan i øvrigt foretage hoved- og biintervention i civile retssager efter de almindelige regler herom i retsplejelovens §§ 251 og 252.

Derudover har Forbrugerombudsmanden i flere sager inden for Forbrugerombudsmandens virksomhed optrådt som mandatar for den ene af sagens parter.

Hvis der rejses tiltale for overtrædelse af markedsføringsloven, overlades udførelsen af tiltalen til Forbrugerombudsmanden, såfremt denne begærer dette, jf. markedsføringslovens § 27, stk. 6. Rigsadvokaten kan således beskikke Forbrugerombudsmanden og ansatte i Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen til at varetage udførelsen af straffesager vedrørende overtrædelse af markedsføringsloven for byretten og landsretten, jf. retsplejelovens § 105, stk. 3. Ved straffesager vedrørende anden lovgivning under Forbrugerombudsmandens virksomhed kan Rigsadvokaten beskikke i medfør af retsplejelovens § 104, stk. 2.

Udgangspunktet er, at advokater efter retsplejelovens § 131 er eneberettigede til at udføre retssager for andre, jf. dog retsplejelovens § 136, § 260 og § 730. Hensynene bag advokaternes møderetsmonopol er nærmere beskrevet i forarbejderne til lov nr. 520 af 6. juni 2007 om ændring af retsplejeloven, hvoraf det bl.a. fremgår, at en part, der ønsker bistand under en retssag, skal sikres bistand fra en person, som er uafhængig og kyndig, og som besidder den fornødne faglige indsigt i retsplejemæssige forhold.

I de retssager, hvor Forbrugerombudsmanden er part, har Forbrugerombudsmanden givet møde i retten ved dennes medarbejdere, jf. retsplejelovens § 260, stk. 3, nr. 4. I de sager, hvor Forbrugerombudsmanden har optrådt som mandatar, har Forbrugerombudsmanden derimod hidtil været repræsenteret ved advokat.

Spørgsmålet om, hvem der kan give møde som mandatar i retssager, er ulovreguleret. Det følger af retsplejelovens § 124, stk. 3, at foreninger, interesseorganisationer og lignende som mandatar må udføre retssager for deres medlemmer inden for foreningens interesseområde. Denne bestemmelses forarbejder synes at hvile på en antagelse om, at kun advokater møder på vegne af organisationer mv. i mandatarforhold. Selv om der i den juridiske litteratur (Bernhard Gomard: Civilprocessen, 3., 4., 5. og 6. udgave) ses at være en vis støtte for at antage, at en mandatar kan møde ved andre end advokater, viser en gennemgang af en lang række domme imidlertid, at bestemmelsen i en lang årrække har været administreret således, at foreninger og organisationer uden undtagelse møder ved advokat, når de repræsenterer en part som mandatar.

Ved lov nr. 520 af 6. juni 2007 om ændring af retsplejeloven blev der på den baggrund indsat hjemmel i retsplejelovens § 260, stk. 6, til, at justitsministeren kan tillade, at ansatte i foreninger, interesseorganisationer og lign., der virker som partsrepræsentanter i det arbejdsretlige system, kan møde for en part i

byretten i retssager vedrørende løn- og ansættelsesforhold, som foreningerne, interesseorganisationerne og lign. som mandatar udfører for deres medlemmer inden for foreningens interesseområde. Det er efter bestemmelsens 2. pkt. en betingelse, at den ansatte har en dansk juridisk bachelor- og kandidatuddannelse, jf. dog retsplejelovens § 135 a, stk. 2.

2.3.3.2. Lovforslagets udformning

Med forslagets § 3, nr. 1, foreslås det, at der i retsplejelovens § 260, stk. 7, indsættes hjemmel til, at justitsministeren kan tillade, at Forbrugerombudsmanden og ansatte i Forbrugerombudsmandens sekretariat kan møde for en part i byretten, landsretten samt Sø- og Handelsretten i retssager inden for Forbrugerombudsmandens virksomhed, hvor Forbrugerombudsmanden optræder som mandatar. Det fastsættes som en betingelse, at den ansatte har en dansk juridisk bachelor- og kandidatuddannelse, jf. dog § 135 a.

Den foreslåede bestemmelse indebærer en yderligere lempelse af advokaternes møderetsmonopol, og det er en betingelse for, at den ansatte kan møde i landsretten eller i Sø- og Handelsretten i andre sager end sager omfattet af retsplejelovens § 15, stk. 2, nr. 4, at den ansatte har opnået møderet for landsretten og for Sø- og Handelsretten efter bestemmelsen i retsplejelovens § 133.

Det vurderes, at bestemmelsen i fornøden grad tilgodeser hensynet til kvalificeret bistand i retssager, idet der herved er lagt vægt på, at der stilles krav om, at den ansatte har en dansk juridisk bachelor- og kandidatuddannelse, og at ansatte i Forbrugerombudsmandens sekretariat i forvejen kan møde i såvel straffesager som civile sager inden for Forbrugerombudsmandens virksomhed.

2.4. Informationspligt om forældelse

2.4.1. Gældende ret

Ifølge forældelsesloven er hovedreglen, at fordringer forældes efter 3 år, jf. § 3, stk. 1.

Forældelsesloven giver dog mulighed for at afbryde forældelsen. Afbrydelse af forældelsen er individuel. Det vil sige, at der alene sker afbrydelse af forældelsen for den fordringshaver og skyldner, hvis konkrete sag f.eks. er indbragt for domstolene, en administrativ myndighed eller et relevant klagenævn.

Der sondres mellem egentlig afbrydelse, jf. §§ 15-19, og foreløbig afbrydelse, jf. §§ 20-22. Egentlig afbrydelse kræver, enten at skyldneren erkender forpligtelsen, jf. § 15, eller at fordringshaveren foretager retslige skridt, jf. §§ 16 og 17. Ved egentlig afbrydelse løber der en ny forældelsesfrist, jf. § 19.

Foreløbig afbrydelse indtræder efter forældelsesloven § 20, stk. 1, bl.a. i tilfælde, hvor fordringshaveren har foretaget (foreløbige) retslige skridt, f.eks. ved at indbringe en sag for et klagenævn, eller der er indledt forhandlinger om fordringen, men uden at disse retslige skridt fører frem til en realitetsafgørelse eller forlig og dermed egentlig afbrydelse af forældelsesfristen. Fordringshaveren har da en tillægsfrist på 1 år fra foranstaltningens ophør, dvs. f.eks. fra klagenævnsafgørelsen eller forligsforhandlingens afslutning, til at foretage egentlige afbrydelse.

I tilfælde, hvor en administrativ myndigheds afgørelse i modsætning til situationerne reguleret i forældelseslovens § 16, stk. 1, om egentlig afbrydelse, ikke er bindende for parterne, f.eks. fordi der ikke gælder nogen frist for indbringelse af afgørelsen for domstolene, afbrydes forældelsesfristen foreløbigt med en tillægsfrist på 1 år. Det forudsættes dog, at en sag om fordringens eksistens eller størrelse eller en sag, som er afgørende herfor, inden forældelsesfristens udløb indbringes for myndigheden. Tillægsfristen regnes fra myndighedens afsendelse af afgørelsen. Det er en forudsætning, at den pågældende myndighed har kompetence til at træffe realitetsafgørelse i sagen. Bestemmelsen omfatter f.eks. statsforvaltninger og administrative råd og nævn, herunder Forbrugerklagenævnet, samt Folketingets Ombudsmand, men ikke Forbrugerombudsmanden.

Forbrugerombudsmanden træffer som udgangspunkt ikke afgørelser i forvaltningslovens forstand, og

det er derfor først i tilfælde af, at Forbrugerombudsmanden anlægger f.eks. en erstatningssag ved domstolene, at forældelsen afbrydes, og da alene for dem, som er direkte omfattet af retssagen.

Efter forældelseslovens § 21, stk. 3, afbrydes forældelsen foreløbigt med en tillægsfrist på 1 år, hvis en sag indbringes for et privat klagenævn, ankenævn eller lignende. Bestemmelsen omfatter alle typer af klagenævn.

Der er endvidere mulighed for, at en fordringshaver og skyldner kan indgå en aftale om forældelsen (suspensionsaftale), således at forældelse ikke vil blive gjort gældende i en nærmere aftalt periode, der rækker længere end forældelsesfristen. Hvis fordringshaver er en forbruger, må en sådan suspensionsaftale imidlertid ikke indgås, inden forældelsesfristen er begyndt at løbe, jf. § 26.

2.4.2. Lovforslagets udformning

Med henblik på at øge forbrugerbeskyttelsen foreslås det, at Forbrugerombudsmanden får mulighed for at meddele påbud til en erhvervsdrivende, herunder finansielle virksomheder m.fl., og andre, der driver erhvervsmæssig virksomhed, om at informere om retsstillingen i relation til forældelse i de tilfælde, hvor Forbrugerombudsmanden skønner det nødvendigt for at beskytte forbrugere mod retstab, og hvor der ikke ved forhandling kan opnås enighed med den erhvervsdrivende om enten en aftale om forældelsen (suspensionsaftale) eller en udsendelse af information om forældelsen til de berørte kunder. Det foreslås i øvrigt, at reglerne i markedsføringslovens § 27, stk. 3-5, om indbringelse af påbuddet for domstolene finder anvendelse. Påbuddet kan bl.a. fastsætte, at den erhvervsdrivende skal oplyse om baggrunden for kravets eksistens – dvs. oplysning om det konkrete aftalegrundlag og f.eks. en sag hos Forbrugerombudsmanden, en klagenævnsafgørelse eller en dom – om forældelsesreglerne, om hvilke konsekvenser forældelsen vil have i forhold til den konkrete sag samt vejlede om, hvad kunden konkret skal foretage sig for at opnå en afbrydelse af forældelsen. Derved sikres det, at kunden ikke risikerer at stå med et forældet krav, når der f.eks. er indgået forlig eller er faldet dom i en prøvesag.

Forbrugerombudsmanden skal forinden ved forhandling have forsøgt at formå den erhvervsdrivende til at indgå en aftale om forældelsen (suspensionsaftale). Den erhvervsdrivende vil således have haft mulighed for at meddele generel suspension af forældelsen til de berørte kunder. Hvis den erhvervsdrivende ikke vil meddele generel suspension af forældelsen, kan der være behov for, at den erhvervsdrivende informerer sine kunder om de forældelsesmæssige problemstillinger. I situationer, hvor den erhvervsdrivende hverken vil meddele generel suspension eller informere sine kunder om de forældelsesmæssige problemstillinger, kan det være nødvendigt, for at undgå at kunderne lider et retstab grundet forældelse af deres krav, at Forbrugerombudsmanden meddeler et påbud om informationspligt til den erhvervsdrivende.

2.5. Straf og påtale

2.5.1. Gældende ret

Efter gældende lovgivning er overtrædelse af markedsføringslovens § 27, stk. 2, strafsanktioneret. Strafferammen er bøde eller fængsel i op til 4 måneder.

Da lovforslaget indeholder forslag om indsættelse af en ny § 27 a, som også skal strafsanktioneres, er der behov for at ændre i markedsføringslovens § 30, stk. 1.

Efter gældende lovgivning er overtrædelse af markedsføringslovens § 8, stk. 2, strafsanktioneret. Strafferammen er bøde, medmindre højere straf er forskyldt efter anden lovgivning.

Da lovforslaget indeholder forslag om indsættelse af en ny § 8, stk. 3, som også skal strafsanktioneres, er der behov for også at ændre i markedsføringslovens § 30, stk. 3.

2.5.2. Lovforslagets udformning

Med forslagens § 1, nr. 8, foreslås det, at der i markedsføringslovens § 30, stk. 1, indsættes hjemmel

til, at overtrædelse af den foreslåede bestemmelse i markedsføringslovens § 27 a, kan straffes med bøde, medmindre højere straf er forskyldt efter anden lovgivning.

Med forslagets § 1, nr. 9, foreslås det, at der i markedsføringslovens § 30, stk. 3, indsættes en hjemmel til, at overtrædelse af den foreslåede bestemmelse i markedsføringslovens § 8, stk. 3, kan straffes med bøde eller fængsel i 4 måneder.

2.6. Håndhævelsesbeføjelser i forhold til betalingstjenester og elektroniske penge

2.6.1. Gældende ret

Det følger af § 97, stk. 1, i lov om betalingstjeneste og elektroniske penge, at Forbrugerombudsmanden fører tilsyn med, at udbydere af betalingstjenester, der gennemføres ved hjælp af betalingsinstrumenter, jf. § 6, nr. 9, og udbydere af betalingstjenester, der er omfattet af bilag 1, nr. 7, ikke overtræder kapitel 5 og 6, §§ 82 og 83, § 84, stk. 1, § 85 og regler udstedt i medfør af § 84, stk. 2. Forbrugerombudsmanden fører endvidere tilsyn med, at der ikke sker overtrædelse af kapitel 10 om betalingssurrogater.

Som led i sit tilsyn kan Forbrugerombudsmanden efter § 97, stk. 2, kræve alle oplysninger, som skønnes nødvendige. Forbrugerombudsmanden kan endvidere efter § 97, stk. 3, udstede påbud, hvis en ændring af forhold, som strider mod de i § 97, stk. 1, opregnede bestemmelser, ikke kan ske ved forhandling. Et påbud kan efterfølgende forlanges indbragt for domstolene og kan i den forbindelse efter § 97, stk. 4, tillægges opsættende virkning. Herudover følger det af § 97, stk. 5, at Forbrugerombudsmandens afgørelser efter loven ikke kan indbringes for anden administrativ myndighed.

I henhold til § 97, stk. 6, kan Forbrugerombudsmanden endvidere udpeges som grupperepræsentant i et gruppesøgsmål efter reglerne i retsplejelovens kapitel 23 a. Forbrugerombudsmanden kan således føre gruppesøgsmål, men det er tvivlsomt, om Forbrugerombudsmanden også kan føre individuelle søgsmål. I bemærkningerne til bestemmelsen er anført, at hjemlen f.eks. kan tænkes anvendt i tilfælde, hvor der er opkrævet et ulovligt gebyr, eller hvor en betalingstjenesteudbyder systematisk har tilsidesat reglerne om valør og dermed påført kunderne et tab.

På det finansielle område har Forbrugerombudsmanden mulighed for at anlægge sag vedrørende handlinger, der strider mod redelig forretningsskik og god praksis, herunder om forbud, påbud, erstatning og tilbagesøgning af uretmæssigt opkrævede beløb, jf. § 348, stk. 1, i lov om finansiell virksomhed. Forbrugerombudsmanden har både mulighed for at anlægge en enkelt sag (prøvesag) og kollektive sager (f.eks. gruppesøgsmål), idet Forbrugerombudsmanden kan udpeges som grupperepræsentant i et gruppesøgsmål, jf. retsplejelovens kapitel 23 a.

Det fremgår af § 348, stk. 1, i lov om finansiell virksomhed, at markedsføringslovens § 20, § 22, stk. 2, § 23, stk. 1, § 27, stk. 1, og § 28 finder tilsvarende anvendelse på sager, som Forbrugerombudsmanden ønsker at anlægge efter denne bestemmelse. Forbrugerombudsmanden har således mulighed for f.eks. at forhandle med finansielle virksomheder med henblik på at opnå en forligsmæssig løsning.

2.6.2. Lovforslagets udformning

For at styrke Forbrugerombudsmandens håndhævelsesbeføjelser på betalingstjenestområdet og for i øvrigt generelt at sikre mere ensartede håndhævelsesbeføjelser for Forbrugerombudsmanden foreslås det at præcisere i lovens § 97, at Forbrugerombudsmanden på betalingstjenestområdet har de samme civilretlige beføjelser, som gælder på det finansielle område.

Det præciseres herved, at Forbrugerombudsmanden også kan håndhæve overtrædelser på betalingstjenestområdet ved at anlægge sag om forbud, påbud, erstatning og tilbagesøgning af uretmæssigt opkrævede beløb, og både i relation til individuelle og kollektive sager.

Det præciseres også, at Forbrugerombudsmanden f.eks. kan forhandle med en virksomhed om en

forligsmæssig løsning, hvor det måtte være relevant i forbindelse med behandlingen af en sag på betalingstjenesteområdet.

Præciseringen sikrer samtidig, at der ikke opstår tvivl om, hvorvidt Forbrugerombudsmanden kan anlægge sag om erstatning eller tilbagesøgning ved overtrædelser af bestemmelser i loven, som Forbrugerombudsmanden fører tilsyn med, og hvor forholdet f.eks. har været behandlet ved et klagenævn, herunder Pengeinstitutankenævnet og Teleankenævnet. Det kan f.eks. være tilfælde, hvor en nævnsafgørelse er i klagerens favør, men den pågældende virksomhed vil ikke følge den.

3. Økonomiske og administrative konsekvenser for det offentlige

Selvom Forbrugerombudsmanden får øgede håndhævelsesbeføjelser, har Forbrugerombudsmanden adgang til prioritere, hvilke sager der tages op. Det er således en forudsætning, at tilsynet fortsat kan holdes inden for de eksisterende rammer. Lovforslaget har således ikke økonomiske og administrative konsekvenser for det offentlige.

4. Økonomiske og administrative konsekvenser for erhvervslivet

Lovforslaget har ikke økonomiske og administrative konsekvenser for erhvervslivet.

5. Administrative konsekvenser for borgerne

Lovforslaget har ikke administrative konsekvenser for borgerne.

6. Miljømæssige konsekvenser

Lovforslaget har ingen miljømæssige konsekvenser.

7. Forholdet til EU-retten

Lovforslaget er ikke en implementering af EU-regler.

Direktiv 2005/29/EF af 11. maj 2005 om virksomhedernes urimelige handelspraksis over for forbrugerne på det indre marked har til formål at bidrage til et velfungerende indre marked og opnå et højt beskyttelsesniveau gennem tilnærmelse af medlemsstaternes love og administrative bestemmelser om urimelig handelspraksis, der skader forbrugernes økonomiske interesser. Direktivet omfatter både markedsføring af varer og tjenesteydelser.

Det fremgår af direktivets artikel 3, stk. 3, at direktivet ikke berører fællesskabsbestemmelser eller nationale bestemmelser vedrørende produkters sundheds- og sikkerhedsmæssige aspekter.

Det fremgår endvidere af 7. betragtning i direktivets præambel, at direktivet ikke vedrører ”lovæssige krav med hensyn til smag og anstændighed” og at ”medlemsstaterne derfor fortsat [bør] kunne forbyde visse former for handelspraksis på deres område under henvisning til smag og anstændighed, uanset at sådanne former for praksis ikke begrænser forbrugernes valgfrihed.”

Det er af hensyn til børn og unges sundhed og sikkerhed, at der indføres et generelt forbud mod markedsføring af alkohol over for børn og unge under 18 år for at beskytte denne gruppe mod unødigt eksponering af alkohol i en for tidlig alder.

Det vurderes endvidere, at markedsføringsloven § 8, stk. 3, tager sigte på at regulere forhold, der vedrører smag, anstændighed og almene samfundsinteresser.

Den foreslåede bestemmelse vurderes på den baggrund at falde uden for direktivets anvendelsesområde.

8. Hørte myndigheder og organisationer mv.

Et udkast til lovforslag har været sendt i høring hos følgende organisationer og myndigheder:

3F Fagligt Fælles Forbund, Advokatnævnet, Advokatrådet, Advokatsamfundet, Affald Danmark, Alko-

holreklamenævnet, Alkohol & Samfund, Akademikernes Centralorganisationer, Amagerforbrændingen I/S, Arbejderbevægelsens Erhvervsråd, Asfaltindustrien, Begravelse Danmark, Boligselskabernes Landsforening, Brancheorganisationen ForbrugerElektronik, Bryggeriforeningen, Børnes Vilkår, Børnerådet, Børsmæglerforeningen, CAD - Centralforeningen af Autoreparatører i Danmark, CO-Industri, Coop Danmark, DAF - Danmarks Automobilforhandler Forening, Danmarks Aktive Forbrugere, Danmarks Almene Boliger, Danmarks Apotekerforening, Danmarks Eksportråd, Danmarks Fiskeriforening, Danmarks Fotohandler Forening, Danmarks Jurist- og Økonom Forbund, Danmarks Nationalbank, Danmarks Optikerforening, Danmarks Rederiforening, Danmarks Rejsebureau Forening, Danmarks skohandlerforening, Danmarks Sportshandler-Forening, Dansk Annoncørforening, Dansk Arbejdsgiverforening, Dansk Byggeri, Dansk Dagligvareleverandør Forening, Dansk Ejendomsrådgiverforening, Dansk Energi, Dansk Erhverv, Dansk Fagpresse, Dansk Fjernvarme, Dansk Fysioterapeuter, Dansk Industri, Dansk Inkasso-Brancheorganisation, Dansk IT, Dansk Kredit Råd, Dansk Kørelærer-Union, Dansk Landbrugsrådgivning, Dansk Magasinpresse Udgiverforening, Dansk Marketing Forum, Dansk Postordre handel, Dansk Skovforening, Dansk Tandlægeforening, Dansk Tandplejerforening, Dansk Taxi Råd, Dansk Textil & Beklædning, Dansk Textil Union, Dansk Transport og Logistik, Danske Advokater, Danske Andelskøbsselskaber, Danske Arkitektvirksomheder, Danske Bedemænd, Danske Biludlejere, Danske Busvognmænd, Danske Dagblades Forening, Danske Distriktsblade ApS, Danske malermestre, Danske Mediers Forum, Danske Regioner, Danske Reklame- og Relationsbureauers Brancheorganisation, Danske Revisorer, Danske Spil, De Danske Bilimportører, De Samvirkende Købmænd, Den Almindelige Danske Lægeforening, Den Danske Dommerforening, Den Danske Dommerforening v/Henrik Linde, Den Danske Dyrslægeforening, Dommerfuldmægtigforeningen, Domstolsstyrelsen, DSK - De Samvirkende Købmænd, FDB, FDM, FEHA, Finans og Leasing, Finansrådet, Forbrugerklagenævnet, Forbrugerombudsmanden, Forbrugerrådet, Foreningen af Advokater og Advokatfuldmægtige, Foreningen af Dagligvare Grossister, Foreningen af Danske Inkassoadvokater, Foreningen af Danske InternetMedier (FDIM), Foreningen af Danske Lokale Ugeaviser, Foreningen af Offentlige Anklagere, Foreningen af offentlige indkøbere, Foreningen af Politidirektører i Danmark c/o Justitsministeriet, Foreningen af Registrerede Revisorer, Foreningen af Rådgivende Ingeniører, Foreningen af Statsautoriserede Revisorer, Foreningen for Distance- og Internethandel (FDIH), Forlæggerforeningen, Forsikring & Pension, Frederiksberg Kommune, Funktionærernes og Tjenestemændenes Fællesråd, HORESTA, Huset Markedsføring, Håndværksrådet, Ingeniørforeningen, International Transport Danmark, It- og Telestyrelsen, IT-Brancheorganisationen, ITEK, Klagenævnet for Udbud, Kommunernes Landsforening, Kooperationen, Kvinderådet, Københavns Kommune, Landbrug & Fødevarer, Landsforeningen af Forsvarsadvokater, Landsforeningen af statsaut. Fodterapeuter, Landsorganisationen i Danmark, Lederne, Liberale Erhvervs Råd, Lokale Pengeinstitutter, Medicoindustrien, Møbelhandlernes Centralforening, Nærbutikkernes Landsforening, Offentligt Ansattes Organisationer, Oliebranchens Fællesrepræsentation, Praktiserende Tandlægers Organisation, Præsidenten for Københavns Byret, Præsidenten for Retten i Odense, Præsidenten for Retten i Roskilde, Præsidenten for Retten i Aalborg, Præsidenten for Retten i Århus, Præsidenten for Sø- og Handelsretten, Præsidenten for Vestre Landsret, Præsidenten for Østre Landsret, Radio- og tv-nævnet, Realkreditforeningen, Realkreditrådet, Red Barnet, Retspolitisk Forening, Retssikkerhedsfonden, Rigsadvokaten, Rigspolichefen, Rigsrevisionen, SAS, att. Annika Lund, Statens og Kommunernes Indkøbsservice, Søsportens Brancheorganisation, Tekniq, Telekommunikationsindustrien i Danmark, TV2/Reklame, TVDanmark A/S, Vin og Spiritus Organisation i Danmark (V. S. O. D.).

9. Samlet vurdering af lovforslagets konsekvenser

	Positive konsekvenser/mindre udgifter	Negative konsekvenser/merudgifter
--	---------------------------------------	-----------------------------------

Økonomiske konsekvenser for stat, kommuner og regioner	Ingen	Ingen
Administrative konsekvenser for stat, kommuner og regioner	Ingen	Ingen
Økonomiske konsekvenser for erhvervslivet	Ingen	Ingen
Administrative konsekvenser for erhvervslivet	Ingen	Ingen
Administrative konsekvenser for borgerne	Ingen	Ingen
Miljømæssige konsekvenser	Ingen	Ingen
Forholdet til EU-retten	Lovforslaget indeholder ikke EU-retlige aspekter.	

Bemærkninger til lovforslagets enkelte bestemmelser

Til § 1

Til nr. 1

Ved lov nr. 621 af 14. juni 2011 fik titelnoten sin nuværende ordlyd. Titelnoten skulle rettelig have været affattet, som det fremgår af dette lovforslag. Det fremsatte forslag gennemfører ikke EU-lovgivning; der er alene tale om, at fodnoten ikke er korrekt formuleret i den gældende lovgivning.

Til nr. 2

Det foreslås, at markedsføringsloven ændres, så lovens § 3 om vildledende markedsføring, § 12 a om oplysningsforpligtelser ved købsopfordringer og § 14 a om oplysningsforpligtelser ved markedsføring af kredit- og lånetilbud også finder anvendelse på finansielle virksomheder.

Reglerne i den finansielle lovgivning og Finanstilsynets tilsyn med deres overholdelse berøres ikke af ændringen. Finanstilsynet vil fortsat kunne behandle sager om vildledning og fejlagtig prisoplysning efter reglerne i god skik bekendtgørelsen (bekendtgørelse nr. 769 af 27. juni 2011 om god skik for finansielle virksomheder, investeringsforeninger m.v.) og prisoplysningsbekendtgørelsen (bekendtgørelse nr. 1210 af 24. oktober 2010 om information til forbrugere om priser m.v. i pengeinstitutter), og vil i den forbindelse kunne indgive politianmeldelse.

Forslaget skaber imidlertid hjemmel til, at Forbrugerombudsmanden i forbindelse med behandlingen af konkrete sager over for finansielle virksomheder kan anvende sine beføjelser efter markedsføringsloven, herunder forhandling, påbud, anlæggelse af retssager om forbud og indledning af straffesager. Dermed kan Forbrugerombudsmanden tage stilling til såvel de offentligretlige som de civilretlige aspekter af en sag på samme tid. Samtidig får Forbrugerombudsmanden i højere grad mulighed for at løse sagen med den finansielle virksomhed uden nødvendigvis at skulle indbringe problemstillingen for domstolene.

Det betyder, at Forbrugerombudsmanden eksempelvis ikke blot vil kunne håndhæve oplysningskravene i markedsføringslovens § 14 a i forhold til virksomheder, der formidler lån for pengeinstitutter, men også over for pengeinstitutterne selv. Har et pengeinstitut f.eks. til brug for udbud af kreditter i supermarkeder eller hos bilforhandlere udarbejdet markedsføringsmateriale eller lignende uden at give de fornødne kreditoplysninger, vil Forbrugerombudsmanden kunne gribe ind direkte over for pengeinstituttet i stedet for f.eks. bilforhandleren.

Forbrugerombudsmanden kan dog fortsat ikke forhandle retningslinjer på områder, der alene berører finansielle virksomheder.

Finder Finanstilsynet, at der er begået en strafbar overtrædelse af de finansielle regler, kan Finanstilsynet indgive en politianmeldelse. Der er i den forbindelse mulighed for, at Forbrugerombudsmanden kan beskikkes til at føre straffesager på baggrund af en politianmeldelse fra Finanstilsynet. Beskikkelsen gives efter afgørelse fra Rigsadvokaten, jf. retsplejelovens § 104, stk. 2.

Til nr. 3

Der henvises til bemærkningerne til lovforslagets § 1, nr. 2.

Til nr. 4

Der foretages en konsekvensrettelse af § 8, stk. 2, således at ”rusmidler, herunder alkohol” tages ud af bestemmelsen. Om bestemmelsens indhold og anvendelse henvises til tidligere forarbejder, jf. lovforslag L 13 af 6. oktober 2005 (Folketingstidende 2005-06, tillæg A, side 683 ff.).

Til nr. 5

Det foreslås at indføre en bestemmelse, hvorefter enhver omtale eller billeder af eller henvisning til rusmidler, herunder alkohol, i markedsføring rettet mod børn og unge under 18 år er forbudt.

Markedsføring af f.eks. alkoholholdige drikkevarer må dermed ikke rette sig mod børn og unge, uanset hvilken form den antager, hvilket betyder, at enhver form for omtale af rusmidler, herunder alkohol, i reklamer rettet mod børn og unge vil være i strid med bestemmelsen. I modsætning til dommen fra Vestre Landsret i UfR 2012.2435V vil det således ikke længere være tilladt, at en rejsearrangør, der retter sin markedsføring mod unge under 18 år, anfører, at der under rejsen f.eks. besøges et antal barer og diskoteker i løbet af natten, hvor der serveres øl m.v., og at der er fri bar eller billige drinks, eller at der er ”happy hour”, ”pubcrawl” eller lignende, da disse begreber henviser til indtagelse af alkohol.

Som nævnt i de almindelige bemærkninger bliver mange sager vedrørende markedsføring af alkoholholdige produkter over for børn og unge i dag behandlet i Alkoholreklamenævnet. Nævnet sender i dag sagerne videre til Forbrugerombudsmanden til behandling efter markedsføringslovens regler i de tilfælde, hvor en erhvervsdrivende, hvis markedsføring i Alkoholreklamenævnet er blevet erklæret i strid med retningslinjernes totalforbud over for børn og unge, ikke vil rette sig efter kritikken og ikke vil indstille den pågældende markedsføringsaktivitet.

Det er ikke tanken, at den foreslåede ændring af bestemmelsen skal ændre ved den aftalte fremgangsmåde. Ændringen er særligt møntet på de overtrædelser, hvor det ikke er tilstrækkeligt, at Alkoholreklamenævnet udtaler kritik. Det er derfor vigtigt, at bestemmelsen i markedsføringsloven også indeholder en reel beskyttelse af børn og unge i forhold til markedsføring af rusmidler, herunder alkohol.

Forbrugerombudsmanden har stadig mulighed for at tage sager op af egen drift eller oversende disse til Alkoholreklamenævnet.

Det er et krav efter bestemmelsen, at markedsføringen skal være rettet mod børn og unge. Markedsføring på en hjemmeside vil f.eks. blive anset for at rette sig mod børn og unge, og dermed være omfattet af den foreslåede § 8, stk. 3, hvis hjemmesiden i sig selv eller ved markedsføringen af hjemmesiden eller centrale produkter fra hjemmesiden særligt henvender sig til børn og unge. Derimod er det ikke hensigten, at reklamer på f.eks. musik- og fildelingstjenester samt andre sociale medier på internettet, der ikke primært retter sig mod børn og unge, skal være omfattet af bestemmelsen. Det samme gælder reklamer på metrostationer, ved busstoppesteder og på stadions mv. Det afgørende vil således være, om reklamerne bliver vist på et sted, der er indrettet særligt til børn og unge, f.eks. skoler og fritidsklubber mv. Denne sondring gør sig ligeledes gældende i forhold til sponsorer.

I praksis ses der forskellige eksempler på, at erhvervsdrivende benytter et aldersfilter til at afskære

børn og unge fra at få adgang til den pågældende hjemmeside. Det følger af retspraksis, at sådanne filtre kan indgå i den samlede vurdering af, om en hjemmeside retter sig mod børn og unge. Filtre, hvor der ikke foretages en eller anden form for kontrol af de afgivne oplysninger, kan kun tillægges en begrænset betydning. I UfR 2005.2250S fastslog Sø- og Handelsretten således, at en informationsboks, som forbrugeren alene skulle klikke ”ok” til for at få adgang til den udbudte tjenesteydelse, og hvoraf det fremgik, at brugeren ikke måtte være under 18 år, ikke havde nogen værdi, når man blot kunne klikke videre, selvom man var under 18 år. Et aldersfilter, hvor man f.eks. blot skal indtaste sin fødselsdato eller svare ”ja” eller ”nej” til, om man er over 18 år, men hvor der ikke sker nogen yderligere kontrol af oplysningerne, vil således normalt ikke være tilstrækkeligt til at antage, at den pågældende hjemmeside ikke retter sig mod børn og unge

Til nr. 6

Det foreslås, at der foretages en ændring af markedsføringslovens § 27, stk. 1, således, at Forbrugerombudsmanden på begæring får adgang til at anlægge individuelle erstatningssager.

Forbrugerombudsmandens hjemmel til at anlægge individuelle erstatningssager er betinget af, at det sker på begæring af skadelidte.

Baggrunden for forslaget er, at en adgang til at anlægge individuelle erstatningssager efter markedsføringsloven vil sikre en optimering og effektivisering af Forbrugerombudsmandens tilsyn. I dag har Forbrugerombudsmanden adgang til at anlægge kollektive sager om erstatning efter markedsføringsloven. Det kan ske efter reglerne om subjektiv kumulation, der i praksis indebærer, at hver part skal nedlægge selvstændig påstand om erstatning, hvert krav skal dokumenteres særskilt under sagen, og den erhvervsdrivende vil kunne stille individuelle modkrav, eller det kan ske efter reglerne om gruppesøgsmål. Forbrugerombudsmanden har adgang til at anlægge sager om påbud efter markedsføringsloven og herunder påbud om tilbagebetaling af en modtaget pengeydelse. Forbrugerombudsmanden har dog ikke umiddelbart adgang til at anlægge individuelle sager om erstatning efter markedsføringsloven

De hensyn og argumenter, der ligger til grund for Forbrugerombudsmandens adgang til at anlægge kollektive sager om erstatning efter markedsføringsloven – f.eks. beløbsmæssige små krav – og til at anlægge påbudssager om tilbagebetaling af en modtaget pengeydelse, kan også gøre sig gældende for individuelle sager om erstatning, der tilsvarende kan få betydning for flere forbrugere.

Kollektive sager er endvidere, både for Forbrugerombudsmanden og de erhvervsdrivende, mere ressourcetrækkende end individuelle sager - det gælder både i administration af sagerne og i de rent processuelle krav. Individuelle sager om erstatning kan således være en mere optimal og effektiv mulighed for at opnå samme resultater som ved kollektive sager, da de individuelle sager tilsvarende kan skabe præcedens.

Når Forbrugerombudsmanden på baggrund af en begæring skal vurdere, om der skal anlægges en individuel erstatningssag, vil det ske ud fra lovens hensyn om, at Forbrugerombudsmanden skal føre tilsyn med, at loven overholdes navnlig ud fra hensynet til forbrugere.

Ved vurderingen af, om individuelle sager skal anlægges, vil der således blive lagt vægt på, om kollektive forbrugerinteresser eller almene samfundsinteresser gør sig gældende.

Til nr. 7

I forslaget til § 27 a foreslås det, at Forbrugerombudsmanden får mulighed for at meddele påbud til erhvervsdrivende, herunder finansielle virksomheder m.fl., og andre, der driver erhvervsmæssig virksomhed, om at informere om retsstillingen i relation til forældelse i de tilfælde, hvor Forbrugerombudsmanden skønner det nødvendigt for at beskytte forbrugere mod retstab, og hvor der ikke ved forhandling kan opnås enighed med den erhvervsdrivende om enten en aftale om forældelsen (suspensionsaftale) eller en udsendelse af information om forældelsen til de berørte kunder. Det foreslås i øvrigt, at reglerne i markedsføringslovens § 27, stk. 3-5, finder anvendelse på påbuddet.

Udgangspunktet vil være, at Forbrugerombudsmanden i forbindelse med en konkret sag i første omgang vil søge at opnå en løsning ved forhandling med den erhvervsdrivende. Først hvis der ikke kan opnås et tilfredsstillende resultat ved forhandling, vil den foreslåede bestemmelse blive bragt i anvendelse. Informationspligten kan bl.a. omfatte baggrunden for kravets eksistens, dvs. oplysning om det konkrete aftalegrundlag og f.eks. en sag hos Forbrugerombudsmanden, en klagenævnsafgørelse eller en dom, oplysning om forældelsesreglerne, oplysning om, hvilke konsekvenser forældelsen vil have i forhold til den konkrete sag samt vejledning om, hvad kunden konkret skal foretage sig for at opnå en afbrydelse af forældelsen, således at kunden ikke risikerer at stå med et forældet krav, når der f.eks. er indgået forlig eller er faldet dom i en prøvesag.

Bestemmelsen forudsætter, at den erhvervsdrivende faktisk har det fornødne kendskab til sine kunder. Bestemmelsen finder således alene anvendelse, i det omfang den erhvervsdrivende ligger inde med eller på anden måde let og uden uforholdsmæssige omkostninger kan skaffe sig adgang til kontaktoplysningerne. Det vil typisk være tilfældet i kundeforhold, hvor der eksisterer et løbende kontraktsforhold i modsætning til tilfælde, hvor der er tale om enkeltstående køb, da man herved typisk ikke vil få de nødvendige oplysninger.

Informationspligten omfatter endvidere alene kunder, der har lignende krav som det krav, der er omstridt i en konkret sag. Det kan være vanskeligt på forhånd at præcisere, hvornår der er tale om lignende krav, men Forbrugerombudsmanden foretager et skøn i forbindelse med sin sagsbehandling.

Informationspligten vil kunne pålægges i sager, hvor den erhvervsdrivende f.eks. kan blive mødt med et krav om erstatning eller vederlag i forbindelse med overtrædelse af love, som Forbrugerombudsmanden fører tilsyn med.

Når Forbrugerombudsmanden vælger at føre en prøvesag for en eller flere forbrugere mod en erhvervsdrivende for overtrædelse af love inden for Forbrugerombudsmandens tilsynsområde, er der et særligt behov for at sikre, at udenforstående kunder med lignende krav mod den samme erhvervsdrivende vil kunne få gavn af et forlig eller en dom i prøvesagen, således at disse udenforstående kunder ikke lider retstab. Der er ellers risiko for, at mange forbrugere misforstår retstilstanden og fejlagtigt tror, at de automatisk vil kunne få gavn af et forlig eller en dom. Men det er ikke tilfældet, hvis der er indtrådt forældelse, fordi forældelsesfristen ikke er afbrudt.

Det vil typisk være procesøkonomisk gunstigt for alle involverede, herunder den erhvervsdrivende, forbrugerne og domstolene, at føre en prøvesag for en eller flere forbrugere med henblik på at fastslå et kravs eksistens og berettigelse. Men det forudsætter, at andre forbrugere uden for prøvesagen sikres muligheden for at få gavn af en senere afgørelse, herunder ved i det mindste at blive informeret om deres krav og reglerne om forældelse. Det gør sig f.eks. gældende i tilfælde, hvor den erhvervsdrivende har tilkendegivet ikke at ville følge lignende klagenævnsafgørelser, og hvor forbrugere uden for prøvesagen ellers vil være henvist til selv at indbringe en sag for klagenævnet alene med det formål at afbryde forældelsen. Det er u hensigtsmæssigt og særdeles tids- og ressourcekrævende.

Forbrugerombudsmanden har allerede erfaring med, at det i en række tilfælde er lykkedes at indgå en generel aftale med en erhvervsdrivende om forældelse indbefattende alle med lignende krav. Men Forbrugerombudsmanden har også erfaring med andre tilfælde, hvor en erhvervsdrivende ikke har ønsket at indgå en sådan generel aftale, og hvor udenforstående kunder som følge heraf risikerer, at deres krav er forældet, når et forlig eller en dom i en prøvesag foreligger.

Den erhvervsdrivende har mulighed for at indgå en generel aftale med Forbrugerombudsmanden om forældelsen (suspensionsaftale) efter navnlig markedsføringslovens § 23. Hvis den erhvervsdrivende ikke vil indgå en suspensionsaftale eller informere de berørte kunder om de forældelsesmæssige problemstillinger, kan det være nødvendigt, for at undgå at kunderne lider et retstab grundet forældelse af deres krav, at Forbrugerombudsmanden meddeler et påbud om informationspligt til den erhvervsdrivende.

Bestemmelsen tænkes anvendt f.eks. på sager, hvor en forbruger i et lignende aftaleforhold har fået anerkendt sit krav ved enten domstolene eller et relevant klagenævn, eller hvor Forbrugerombudsmanden har anlagt en sag eller er indtrådt i en sag ved domstolene om det pågældende krav.

Der kan imidlertid også være sager, hvor Forbrugerombudsmanden efter en konkret vurdering finder, at der bør meddeles et påbud, uanset at der ikke foreligger en egentlig dom eller klagenævnsafgørelse, eller der ikke er anlagt en sag ved domstolene. Det kan navnlig være sager, hvor forældelsesfristen forventes at ville udløbe eller at være meget tæt herpå, såfremt Forbrugerombudsmanden skal afvente en dom eller klagenævnsafgørelse eller anlæggelsen af en konkret sag.

Bestemmelsen kan anvendes, hvis det skønnes nødvendigt at beskytte forbrugere mod retstab. Det er Forbrugerombudsmanden, der foretager skønnet under iagttagelse af det almindelige saglighedskrav, som Forbrugerombudsmanden er underlagt som offentlig virksomhed.

Hensynet til den erhvervsdrivendes retssikkerhed varetages ved bestemmelserne i markedsføringslovens § 27, stk. 3-5, i tilfælde af uenighed om påbuddet. Efter disse bestemmelser har den erhvervsdrivende mulighed for at indbringe påbuddet for domstolene, hvis den erhvervsdrivende ikke er enig i påbuddet. Det skal ske inden for 4 uger, efter at påbuddet er meddelt den pågældende.

Det er vigtigt, at informationen gives direkte og individuelt over for den enkelte kunde. Det vil f.eks. ikke være tilstrækkeligt, at det alene fremgår af en betalingsoversigt, men det vil godt kunne ske via en meddelelse i kundens e-boks.

Til nr. 8

Det foreslås, at tilsidesættelse af påbuddet efter forslagets § 1, nr. 7, kan straffes med bøde eller fængsel op til 4 måneder efter § 30, stk. 1. Under en given straffesag har domstolene endvidere kompetence til at efterprøve, om påbuddet har haft den fornødne hjemmel. Da bestemmelsen ikke stiller krav om en klar overtrædelse af loven som i markedsføringslovens § 27, er det dog forudsat, at overtrædelse af bestemmelsen som alt overvejende hovedregel ikke skal medføre strengere straf end bødestraf. Om bestemmelsens indhold og anvendelse i øvrigt henvises til tidligere forarbejder, jf. lovforslag L 136 af 9. december 1998 (Folketingstidende tillæg A, s. 3216-3229).

Til nr. 9

Overtrædelse af forslagets § 1, nr. 5, kan straffes med bøde, med mindre højere straf er forskyldt efter anden lovgivning. Da der alene er tale om en konsekvensrettelse af § 30, stk. 3, således at § 8, stk. 3, tilføjes bestemmelsen, henvises der til de tidligere forarbejder i forhold til bestemmelsens indhold og anvendelse i øvrigt, jf. lovforslag L 13 af 6. oktober 2005 (Folketingstidende 2005-06, tillæg A, s. 683).

Til nr. 10

Med bestemmelsen foreslås det som noget nyt at give erhvervs- og vækstministeren hjemmel til efter forhandling med justitsministeren at fastsætte, at Forbrugerombudsmanden kan udstede administrative bødeforelæg i visse typer af strafsanktionerede markedsføringssager. Det vil være en forudsætning for udstedelse af administrative bøder, at der er tale om tilståelsessager, hvor der enten findes fast retspraksis for bødeudmålingen eller faste retningslinjer for bødeudmålingen i lovbemærkninger. Den erhvervsdrivende skal således være enig i både forseelsen og bødens størrelse.

Stk. 1 giver mulighed for, at erhvervs- og vækstministeren kan fastsætte nærmere regler om, at Forbrugerombudsmanden kan afslutte en sag om overtrædelse af markedsføringsloven eller regler udstedt i medfør heraf med et administrativt bødeforelæg.

Kompetencen gælder alene ved åbenbare og objektivt konstaterbare overtrædelser, hvor overtrædelserne generelt er ensartede og ukomplicerede og uden bevismæssige tvivlsspørgsmål, og hvor bødeudmålingen

ligger fast. Det foreslås, at bemyndigelsesbestemmelsen kun kan anvendes efter forhandling med justitsministeren, som således også skal sikre, at disse betingelser er opfyldt.

Overtrædelserne skal således generelt være klare og umiddelbart konstaterbare, og sagens afgørelse, herunder fastsættelse af bødens størrelse, skal kunne ske uden skønsmæssige elementer af betydning. Det forudsættes, at hvis det ikke er tilfældet, skal Forbrugerombudsmanden overgive sagen til anklagemyndigheden til videre foranstaltning frem for at udstede et bødeforelæg.

Stk. 2 fastsætter, at dele af retsplejelovens regler om krav til indholdet af et anklageskrift finder tilsvarende anvendelse på bødeforelæg efter denne bestemmelse. Det gælder f.eks. tiltaltes navn og adresse, oplysninger om det forhold, der rejses tiltale for samt den regel, der påstås overtrådt, og en kort beskrivelse af det forhold, der rejses tiltale for, med en sådan angivelse af tid, sted, genstand, udførelsesmåde og andre nærmere omstændigheder, som er nødvendig for en tilstrækkelig og tydelig beskrivelse, jf. retsplejelovens § 834, stk. 1, nr. 2 og 3, og stk. 2, og princippet om, at en sigtet ikke er forpligtet til at udtale sig,

Stk. 3 fastsætter, at hvis bøden vedtages, bortfalder videre forfølgning. Vedtagelsen har endvidere samme virkning, herunder gentagelsesvirkning, som en dom.

Til § 2

Til nr. 1

Der foretages en konsekvensrettelse af retsplejelovens § 260, stk. 1. Der henvises til lovforslagets § 2, nr. 3.

Til nr. 2

Der foretages en konsekvensrettelse af retsplejelovens § 260, stk. 2. Der henvises til lovforslagets § 2, nr. 3.

Til nr. 3

Ved affattelsen af bestemmelsen i retsplejelovens § 260, stk. 7, indføres mulighed for, at justitsministeren kan tillade, at Forbrugerombudsmanden og ansatte i Forbrugerombudsmandens sekretariat kan møde for en part i byretten, landsretten samt Sø- og Handelsretten i retssager inden for Forbrugerombudsmandens virksomhed, hvor Forbrugerombudsmanden optræder som mandatar.

Det er alene ansatte med en dansk juridisk bachelor- og kandidatuddannelse, som kan give møde i byretten, landsretten samt Sø- og Handelsretten i medfør af den foreslåede bestemmelse, jf. dog retsplejelovens § 135 a, stk. 2. Det bemærkes, at Forbrugerombudsmanden efter markedsføringslovens § 22, stk. 3, skal opfylde de almindelige betingelser for at blive dommer.

Den foreslåede bestemmelse indebærer en yderligere lempelse af advokaters møderetsmonopol, og det er en betingelse for, at den ansatte kan møde i landsretten eller i Sø- og Handelsretten i andre sager end sager omfattet af retsplejelovens § 15, stk. 2, nr. 4, at den ansatte har opnået møderet for landsretten og for Sø- og Handelsretten efter bestemmelsen i retsplejelovens § 133.

Adgangen til at give møde i byretten, landsretten samt Sø- og Handelsretten i mandatarsager er dog begrænset til retssager inden for Forbrugerombudsmandens virksomhed, dvs. sager inden for Forbrugerombudsmandens til enhver tid værende tilsynsområde.

Forbrugerombudsmanden og de ansatte skal have en tilladelse fra justitsministeren til at give møde i de ovennævnte sager.

Den foreslåede bestemmelse svarer til retsplejelovens § 260, stk. 6, hvorefter justitsministeren kan tillade, at jurister ansat i foreninger, interesseorganisationer og lignende, der virker som partsrepræsentanter

i det arbejdsretlige system, kan møde for en part i byretten i retssager vedrørende løn- og ansættelsesforhold, som foreningerne, interesseorganisationerne og lign. som mandatar udfører for deres medlemmer inden for foreningens interesseområde.

Til nr. 4

I retsplejelovens § 260, stk. 8, foreslås indsat en bemyndigelse til, at justitsministeren kan fastsætte nærmere regler om den i stk. 7 omhandlede ordning. Sådanne regler skal bl.a. omhandle betingelserne for at opnå den nævnte tilladelse fra justitsministeren. Der kan også fastsættes generelle regler om adgangen for disse ansatte til at give møde i ovennævnte sager, således at de ansatte ikke skal have en konkret tilladelse fra justitsministeren.

Til nr. 5

Ændringerne af retsplejelovens § 260, stk. 1 og 2, og § 267 a, stk. 1, er konsekvensændringer som følge af ændringen af § 260, stk. 7.

Til § 3

Det foreslås, at der foretages en ændring af § 348, stk. 1, i lov om finansiell virksomhed for at give Forbrugerombudsmanden mulighed for at behandle sager om overtrædelse af straffelagte bestemmelser i regler udstedt i medfør af denne lovs § 43, stk. 3.

Der er i dag udstedt to bekendtgørelser i medfør af § 43, stk. 3. Der er tale om bekendtgørelse nr. 345 af 15. april 2011 om risikomærkning af investeringsprodukter og bekendtgørelse nr. 1210 af 24. oktober 2010 om information til forbrugere om priser m.v. i pengeinstitutter.

Overtrædelser af bestemmelser fastsat i disse bekendtgørelser er som udgangspunkt straffelagt. Kun overtrædelse af enkelte bestemmelser i bekendtgørelserne er ikke straffelagte. Forbrugerombudsmanden får med denne lovændring kun mulighed for at behandle sager om overtrædelse af de straffelagte bestemmelser.

For at sikre at Forbrugerombudsmanden og Finanstilsynet ikke samtidig behandler en sag mod en finansiell virksomhed for overtrædelse af bestemmelser i regler udstedt i medfør af § 43, stk. 3, forudsættes det, at der er et tæt samarbejde og koordinering mellem de to tilsyn. Det er således hensigten, at Forbrugerombudsmanden og Finanstilsynet orienterer hinanden om de sager, der tages op over for finansielle virksomheder.

Det foreslås, at Forbrugerombudsmanden vil kunne anvende de beføjelser, der fremgår af markedsføringslovens § 20, § 22, stk. 2, § 23, stk. 1, § 27, stk. 1, og § 28 ved behandling af sager om overtrædelse af straffelagte bestemmelser i de nævnte bekendtgørelser. Det vil bl.a. sige, at Forbrugerombudsmanden kan anlægge sag ved domstolene om nedlæggelse af påbud og kræve meddelt alle oplysninger, som skønnes nødvendige for dennes virksomhed.

Til § 4

Det foreslås, at det præciseres i lov om betalingsmidler og elektroniske penge § 97, stk. 6, at Forbrugerombudsmanden også kan håndhæve overtrædelser af de i stk. 1 opregnede bestemmelser ved at anlægge sag om forbud, påbud, erstatning og tilbagesøgning af uretmæssigt opkrævede beløb.

Præciseringen sker ved en ny formulering af stk. 6, der svarer til den formulering, der følger af § 348, stk. 1, i lov om finansiell virksomhed.

Den nuværende ordlyd af § 97 kan rejse tvivl om, hvorvidt Forbrugerombudsmanden på betalingstjenestområdet har de samme civilretlige beføjelser, som gælder på det finansielle område, herunder muligheden for f.eks. at anlægge sag om erstatning og tilbagesøgning. Ordlyden af § 97 kan umiddelbart give

indtryk af, at Forbrugerombudsmanden alene har mulighed for at håndhæve overtrædelser ved udstedelse af administrative påbud, jf. stk. 3, eller ved anlæggelse af gruppesøgsmål, jf. stk. 6.

Det er uhensigtsmæssigt, og der er således behov for at imødegå kompetencemæssig tvivl og samtidig sikre mere ensartede håndhævelsesbeføjelser for Forbrugerombudsmanden. Det er også nødvendigt for at sikre behovet og rammerne for et tilstrækkeligt effektivt og fleksibelt tilsyn på betalingstjenesteområdet, nøjagtig som det er tilfældet på andre områder inden for Forbrugerombudsmandens virksomhed, herunder det finansielle område.

På betalingstjenesteområdet har det siden den nuværende lovs ikrafttræden den 1. november 2009 allerede vist sig, at der sker en vedvarende udvikling af avancerede betalingsformer og -systemer. Også på den baggrund er der behov for at sikre, at tilsynet med loven løbende kan varetages så hensigtsmæssigt og effektivt som muligt ved et valg mellem flere håndhævelsesbeføjelser.

Forbrugerombudsmanden har erfaret, at der f.eks. i Pengeinstitutankenævnet er truffet afgørelse i en klagers favør om overtrædelse af lovens bestemmelser om ansvars- og hæftelsesregler omfattet af Forbrugerombudsmandens tilsyn, som den pågældende finansielle virksomhed ikke har villet følge. I den slags tilfælde kan det være naturligt at anlægge en sag om f.eks. erstatning eller tilbagesøgning fremfor f.eks. at udstede et påbud, jf. § 97, stk. 3. Samme sag kan give anledning til at nedlægge en påstand om forbud (f.eks. mod at anvende et konkret vilkår i kortbestemmelser) og påbud (f.eks. om at ændre det konkrete vilkår og give nødvendig information til kortholderne).

Også i andre tilfælde, f.eks. i sager på teleområdet, hvor en mobiltelefon er anvendt som betalingsinstrument, kan det være relevant at anlægge en sag om erstatning eller tilbagesøgning og i samme sag nedlægge påstand om forbud/påbud.

Overordnet vil det typisk være sådan, at hvis en forbruger lider tab som følge af en virksomheds overtrædelse af bestemmelser i loven, f.eks. lovens ansvars- og hæftelsesregler, vil det som udgangspunkt være mere nærliggende at anlægge en sag om erstatning eller tilbagesøgning i modsætning til f.eks. at udstede et administrativt påbud over for den pågældende virksomhed.

Til § 5

Det foreslås, at loven træder i kraft den 1. maj 2013.

Til § 6

Bestemmelsen i § 6 vedrører lovens territoriale anvendelsesområde. Det foreslås i stk. 1, at loven ikke skal gælde for Færøerne og Grønland. Det foreslås i stk. 2, at lovens § 3 og § 4 ved kongelig anordning helt eller delvist kan sættes i kraft for Grønland og Færøerne med de ændringer, som de grønlandske og færøske forhold tilsiger.

Lovforslaget sammenholdt med gældende lov

Gældende formulering

Lovforslaget

»1) Loven indeholder bestemmelser, som gennemfører dele af Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 2005/29/EF af 11. maj 2005 om virksomheders urimelige handelspraksis over for forbrugerne på det indre marked og om ændring af Rådets direktiv 84/450/EØF og Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 97/7/EF, 98/27/EF og 2002/65/EF og Europa-Parlamentets og Rådets forordning (EF) nr. 2006/2004 (direktivet om urimelig handelspraksis) EU-Tidende 2005 nr. L 149, s. 22.«

§ 2....

Stk. 2. §§ 1 og 3, § 12 a, § 13, stk. 3 og stk. 8, nr. 1, finder ikke anvendelse på finansielle virksomheder, i det omfang erhvervs- og vækstministeren har udstedt regler på det pågældende område.

Stk. 3. § 13, stk. 2 og 4-6, og §§ 14 a, 15 og 16 finder ikke anvendelse på finansielle virksomheder.

§ 8....

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.

§ 27. Enhver med 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.

§ 1

I lov om markedsføring, jf. lovbekendtgørelse nr. 58 af 20. januar 2012, foretages følgende ændringer:

1. *Fodnoten* til lovens titel affattes således:

»1) Loven indeholder bestemmelser, der gennemfører dele af Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 2005/29/EF af 11. maj 2005 om virksomheders urimelige handelspraksis over for forbrugerne på det indre marked og om ændring af Rådets direktiv 84/450/EØF og Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 97/7/EF, 98/27/EF og 2002/65/EF og Europa-Parlamentets og Rådets forordning (EF) nr. 2006/2004 (direktivet om urimelig handelspraksis), EU-Tidende 2005 nr. L 149, s. 22, samt dele af Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 2006/123/EF af 12. december 2006 om tjenesteydelser i det indre marked (servicedirektivet), EU-Tidende 2006 nr. L 376, s. 36, og dele af Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 2008/48/EF af 23. april 2008 om forbruger kreditaftaler og om ophævelse af Rådets direktiv 87/102/EØF, EU-Tidende 2008 nr. L 133, s. 66.«

2. I § 2, *stk. 2*, ændres »§§ 1 og 3, § 12 a, § 13, stk. 3 og stk. 8, nr. 1« til: »§ 1, § 13, stk. 3 og stk. 8, nr. 1«.

3. I § 2, *stk. 3*, ændres »§§ 13, stk. 2 og 4-6, og §§ 14 a, 15 og 16« til: »§ 13, stk. 2 og 4-6 og §§ 15 og 16«.

4. § 8, *stk. 2*, affattes således:

»*Stk. 2.* Markedsføring rettet mod børn og unge under 18 år må ikke direkte eller indirekte opfordre til vold eller anden farlig eller hensynsløs adfærd eller på utilbørlig måde benytte sig af vold, frygt eller overtro som virkemidler.«

5. I § 8 indsættes som *stk. 3*:

»*Stk. 3.* Markedsføring rettet mod børn og unge under 18 år må ikke indeholde omtale af, billeder af eller henvisninger til rusmidler, herunder alkohol.«

6. I § 27, *stk. 1, 2. pkt.*, indsættes efter »§ 20, stk. 1«: », og på begæring anlægge sag om erstatning og vederlag«.

7. Efter § 27 indsættes:

Informationspligt om forældelse

»§ 27 a. Forbrugerombudsmanden kan, hvis det skønnes nødvendigt for at beskytte forbrugere mod retstab, efter for-

§ 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.

§ 30....

Stk. 1-2...

Stk. 3. Overtrædelse af bestemmelserne i § 3, stk. 1 og 2, §§ 4-6, § 8, stk. 2, §§ 9-11, § 12 a, stk. 1 og 2, § 13, stk. 1-4, § 14, § 15, stk. 3, § 16, stk. 1-4, og forsætlig overtrædelse af § 18 straffes med bøde, medmindre højere straf er forskyldt efter anden lovgivning. Overtrædelse af § 3, stk. 2, der består i skadelig omtale af en anden erhvervsdrivende eller af forhold, der på særlig måde angår den pågældende, og overtrædelse af § 5 er undergivet privat påtale.

handling meddele påbud om at informere relevante kunder om retsstillingen i relation til forældelse.«

8. I § 30, stk. 1, 1. pkt., indsættes efter »§ 27, stk. 2,«: »eller § 27 a,«.

9. I § 30, stk. 3, 1. pkt., ændres »§ 3, stk. 1 og 2, §§ 4-6, § 8, stk. 2, § 9, § 12 a, stk. 1 og 2, § 13, stk. 1-4, § 14, § 14 a, § 15, stk. 3, § 16, stk. 1-4,« til: »§ 3, stk. 1 og 2, §§ 4-6, § 8, stk. 2 og 3, § 9, § 12 a, stk. 1 og 2, § 13, stk. 1-4, § 14, § 14 a, § 15, stk. 3, § 16, stk. 1-4«.

10. Efter § 30 indsættes:

»**§ 30 a.** Erhvervs- og vækstministeren kan efter forhandling med justitsministeren fastsætte regler om, at Forbrugerombudsmanden i nærmere angivne sager om overtrædelse af denne lov eller regler udstedt i medfør heraf kan tilkendegive, at sagen kan afgøres uden retssag, hvis den, der har begået overtrædelsen, erklærer sig skyldig i overtrædelsen og erklærer sig rede til inden en nærmere angiven frist at betale en i bødeforelægget angivet bøde. Fristen kan efter anmodning forlænges af Forbrugerombudsmanden.

Stk. 2. Reglerne i retsplejelovens § 834, stk. 1, nr. 2 og 3, og stk. 2, om krav til indholdet af et anklageskrift og om, at en sigtet ikke er forpligtet til at udtale sig, finder tilsvarende anvendelse på bødeforelæg.

Stk. 3. Vedtages bødeforelægget, bortfalder videre forfølgning. Vedtagelsen har samme virkning som en dom.«

§ 2

I retsplejeloven, jf. lovebekendtgørelse nr. 1008 af 24. oktober 2012 med senere ændringer, foretages følgende ændringer:

§ 260. En part kan lade en anden møde for sig i retten efter nedenstående regler i stk. 2-9 om rettergangsfuldmægtige.

Stk. 2. Advokater er eneberettigede til at møde i retten som fuldmægtige for parterne, medmindre andet følger af stk. 3, 5, 6, 8 og 9.

1. I § 260, stk. 1, ændres »stk. 2-9« til: »stk. 2-10«.

2. I § 260, stk. 2, ændres »8 og 9« til: »7, 9 og 10«.

3. I § 260 indsættes efter stk. 6, som nyt stykke:

»*Stk. 7.* Justitsministeren kan tillade, at forbrugerombudsmanden og ansatte i Forbrugerombudsmandens sekretariat kan møde for en part i byretten, landsretten samt i Sø- og Handelsretten i retssager inden for Forbrugerombudsmandens virksomhed, hvor Forbrugerombudsmanden optræder som mandatar. Det er en betingelse, at den ansatte har en dansk

juridisk bachelor- og kandidatuddannelse, jf. dog § 135 a, stk. 2, og at den ansatte for at møde i landsretten eller Sø- og Handelsretten i andre sager end sager omfattet af § 15, stk. 2, nr. 4, har opnået møderet for landsretten og for Sø- og Handelsretten efter bestemmelsen i § 133.«

Stk. 7-10 bliver herefter stk. 8-11.

§ 260....

Stk. 1-6...

Stk. 7. Justitsministeren kan fastsætte nærmere regler om ordningen i stk. 6.

4. I § 260, stk. 7, der bliver stk. 8, indsættes efter »stk. 6«: »og 7«.

5. I § 267 a, stk. 1, ændres »8 og 9« til: »7, 9 og 10«.

§ 3

I lov om finansiel virksomhed, jf. lovbekendtgørelse nr. 705 af 25. juni 2012, senest ændret ved lov nr. 512 af 17. juni 2008 (§ 2) og lov nr. 557 af 18. juni 2012 (§ 2) foretages følgende ændringer:

1. I § 348, stk. 1, indsættes efter 1. pkt.:

»Forbrugerombudsmanden kan endvidere behandle sager vedrørende overtrædelse af straffelagte bestemmelser i regler udstedt i medfør af denne lovs § 43, stk. 3.«

§ 348. Forbrugerombudsmanden kan anlægge sag vedrørende handlinger, der strider mod redelig forretningsskik og god praksis, jf. § 43, stk. 1 og 2, herunder sag om forbud, påbud, erstatning og tilbagesøgning af uretmæssigt opkrævede beløb. Markedsføringslovens § 20, § 22, stk. 2, § 23, stk. 1, § 27, stk. 1, og § 28 finder tilsvarende anvendelse på sager, som Forbrugerombudsmanden ønsker at anlægge efter denne bestemmelse. Forbrugerombudsmanden kan udpeges som grupperepræsentant i et gruppesøgsmål, jf. retsplejelovens kapitel 23 a.

§ 97....

Stk. 1-5...

Stk. 6. Forbrugerombudsmanden kan udpeges som grupperepræsentant i et gruppesøgsmål, jf. retsplejelovens kapitel 23a.

§ 4

I lov om betalingstjenester og elektroniske penge, jf. lovbekendtgørelse nr. 365 af 26. april 2011, som ændret ved lov nr. 1369 af 28. december 2011, foretages følgende ændringer:

1. I § 97, stk. 6, indsættes før 1. pkt.:

»Forbrugerombudsmanden kan ved overtrædelse af de i stk. 1 opregnede bestemmelser anlægge sag om forbud, påbud, erstatning og tilbagesøgning af uretmæssigt opkrævede beløb. Markedsføringslovens § 20, § 23, stk. 1, § 27, stk. 1, og § 28 finder tilsvarende anvendelse.«

§ 5

Loven træder i kraft den 1. maj 2013.

§ 6

Stk. 1. Loven gælder ikke for Færøerne og Grønland, jf. dog stk. 2.

Stk. 2. § 3 og § 4 kan ved kongelig anordning helt eller delvis sættes i kraft for Færøerne og Grønland med de ændringer, som de færøske og grønlandske forhold tilsiger.