

## Introduktion til markedsretten

Copenhagen Business School, 6 September 2007

**Jan Trzaskowski**  
Copenhagen Business School

## Lektionsplan

1. Markedsføringsret og markedsføringsloven
2. Reguleringsmetoder og retshåndhævelse
3. Reklamereguleringen
4. Prisoplysninger og prismarkedsføring
5. Markedsføringslovens specialbestemmelser
6. Direkte markedsføring
7. Varemærker og andre forretningskendetegn
8. Erhvervelse af kendetegnsrettigheder
9. Beskyttelsens indhold
10. Domænenavne

2

## Cases

1. Forbrugerombudsmandens kom i besiddelse af en ordrebekræftelse på en aftale om en helsides annonce for et fitnesscenter og en samtidig kvartsides redaktionel omtale af centret på side 9 henholdsvis side 2 i et tillæg til Morgenavisen Jyllands-Posten. Aftalen blev gennemført således at annoncen og omtalen blev bragt i et annoncetillæg til Jyllands-Posten.
2. En ejendomsmægler tilbød at stille en gratis flyttebil til rådighed for sælgere og købere af ejendomme, som handledes gennem ejendomsmæglerfirmaet.

3

## Cases

3. Kort tid efter jul annoncerede en butikskæde med følgende opfordring: "Saml dine gaver fra de dyre butikker, byt dem til kontanter og få dobbelt så meget tøj, sko o.s.v. hos XX ... med andre ord: Først bytter du en dyr vare til en masse penge. Så går du ned til XX, hvor alting koster det halve."
4. Forbrugerombudsmanden har modtaget klager over en reklame for alkoholdrikken Cult Shaker. Reklamen fremstiller to nøgne kvinder i en intim omfavelse, og teksten er "Enjoy Shaker – with a twist". Den ene kvinde holder en flaske af produktet i hånden.

4

## Markedsføringsloven

### Formål

- Beskytte mod illoyal konkurrence
- Konkurrencehensyn
- Forbrugerbeskyttelse
- Overordnede samfundsinteresser

### Offentlig- og privatret

### Markedsføringsretten under forandring

- Ny markedsføringslov
- Direktivet om urimelig handelspraksis

5

## 2005 markedsføringsloven

Sproglig justering af generalklausulen

Overførsel af prismærkningslovens regler

Indførelse af regler om tjenstedelser

Ophævelse af forbud mod tilgift og mængdebegrænsning

Regler om salgsfremmende foranstaltninger

Indførelse af krav om reklameidentifikation

Særlige regler om børn og unge

Regler om gebyrer

[Andre ændringer på vej!]

6

## Anvendelsesområdet

Privat virksomhed og lign. off. virksomhed

Fagforeninger (faglige aktioner / kommercielle akt.)

Dansk Handicap Forbund (ikke erhvervsvirksomhed)

Red Barnet (kommercielle indsamlingsmetoder)

Visse undtagelser for finansiell virksomhed

Bekendtgørelse om god skik for finansielle virksomheder

§ 3: En finansiell virksomhed skal handle redeligt og loyalt over for sine kunder

På det danske område

7

## Markedsføringslovens opbygning

Generalklausulen

Specialbestemmelser

Generelle regler om adfærd på markedet

Vildledningsbestemmelsen

Reklameidentifikation

Sammenlignende reklame

Uanmodet henvendelse

Vejledning

Erhvervsforhold

Forretningskendetegn

Erhvervshemmeligheder og tekniske tegninger

8

## Markedsføringslovens opbygning

### Forbrugerbeskyttelse

- Børn og unge
- Salgsfremmende foranstaltninger
- Rabatkuponner og mærker
- Lodtrækning og præmiekonkurrencer
- Garanti
- Prisoplysninger
- Kreditkøb
- Gebyrer
- Organiseret rabat
- Mærkning og emballering

9

## Forbrugerombudsmanden

### Arbejdsopgaver

- Føre tilsyn med loven (forbrugerhensyn)
- Påvirke erhvervsdrivende ved forhandling (tilsagn)
- Udarbejde retningslinier (sanktioner)
- Afgive forhåndsbesked (retsfølger)
- Retsforfølgning (enhver med retlig interesse)
- Indtale ensartede erstatningskrav
- Nedlægge foreløbigt forbud
  - Klar overtrædelse og stadfæstelse følgende hverdag

Forholdet til Forbrugerklagenævnet

10

## Forbrugerklagenævnet

### Forbrugerklageloven (+bkg. 1118/2003)

Forbrugeraftaler (varer og tjenesteydelser)

Vederlag: 800-100.000 kr.

>500 for sko og tekstiler / >10.000 for motorkøretøjer

Dansk jurisdiktionskompetence efter Rpl.

Opsættende virkning ifht. domstolsbehandling

Gebyrer og omkostninger

Godkendte, private klage- eller ankenævn

[www.firmatjek.dk](http://www.firmatjek.dk)

Skal afvente eventuel domstolsbehandling

Anonymisering ved efterlevelse

11

## Ansvar for reklame

### ICC reklamekodeks

Annoncør: det fulde ansvar

Reklamebureau: skal udvise største omhu

Medier: skal udvise behørig omhu

### Medvirkenansvar

Kuponnyhederne (U1996.209H)

Reklamebureau, tilgift (U1993.348SH)

Moder- / datterselskab (U2001.777H)

Anpartshaver dømt (U1999.1594H)

12

## Sanktionsniveauet

### Bøder

- 2 mio for vildledning og tilgift (U2003.827H)
- Grovhed og markedsføringsomkostninger (3 mio)
- Dissens for stadfæstelse af bøde på 3 mio

### Spamsagerne

### Erstatning

- 3 mio for markedsfortrængning og markedsforstyrrelse (U2004.1085H)
- Substitution og målrettet markedsføring
- Sø- og Handelsretten: 6 mio

13

Thank you for your attention!

### Jan Trzaskowski

Copenhagen Business School (Law Department)  
jan@extuto.dk / (+45) 25 37 02 05  
[www.legalriskmanagement.com](http://www.legalriskmanagement.com) / [www.cbs.dk](http://www.cbs.dk)

This presentation is made in OpenOffice.org

14