

Introduktion til markedsføringsretten

Jan Trzaskowski
Associate Professor, Ph.D.
Copenhagen Business School

• This presentation is made in OpenOffice.org

1



Lektionsplan

- Markedsføringsret
- Regulering og retshåndhævelse
- Reklamereguleringen
- Prisoplysninger og -markedsføring
- Specialbestemmelser
- Direkte markedsføring
- Forretningskendetegn
- Erhvervsloven
- Beskyttelsens indhold



Case1

- Forbrugerombudsmandens kom i besiddelse af en ordrebekræftelse på en aftale om en helsides annonce for et fitnesscenter og en samtidig kvartsidens redaktionel omtale af centret i et tillæg til Jyllands-Posten.

3



Case2

- 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



Markedsføringsloven

- Formål
 - Beskytte mod illoyal konkurrence
 - Konkurrencehensyn
 - Forbrugerbeskyttelse
 - Overordnede samfundsinteresser
- Offentlig- og privatret
- Markedsføringsretten under forandring
 - Handelspraksisdirektivet (05/29)
 - Total og Sanoma (261+299/07)

5



Anvendelsesområdet

- Privat virksomhed og off. virksomhed (udbud på markedet)
 - Fagforeninger
 - Faglige aktioner / kommercielle akt.
 - Dansk Handicap Forbund (ikke erhvervsvirksomhed)
 - Red Barnet (kommercielle indsamlingsmetoder)
- Visse undt. for finansiel virksomhed
 - Bekendtgørelse om god skik
- På det danske område



AidOnline...

- er et annoncekoncept baseret på et computerprogram, der erstatter bannerannoncer med annoncer for virksomheder, der betaler til AidOnline. 80 pct. gives videre til hjælpeorganisationer, der bakker op om konceptet. AidOnline peger bl.a. på den populære tjeneste Adblock Plus, der erstatter bannerreklamerne med hvide felter – og som er meget udbredt:



Markedsføringslovens opbygning

- Generalklausulen
 - Specialbestemmelser
- Generelle regler om adfærd på markedet
 - Vildledningsbestemmelsen
 - Reklameidentifikation
 - Sammenlignende reklame
 - Uanmodet henvendelse
 - Vejledning

8



Markedsføringslovens opbygning

- Erhvervsforhold
 - Forretningskendetegn
 - Erhvervshemmeligheder og tekniske tegninger
- Forbrugerbeskyttelse
 - Børn og unge
 - Salgsfremmende foranstaltninger
 - Rabatkuponer og mærker
 - Lodtrækning og præmiekonkurrencer

9



Markedsføringslovens opbygning

- Forbrugerbeskyttelse
 - Garanti
 - Prisoplysninger
 - Kreditkøb
 - Gebyrer
 - Organiseret rabat
 - Mærkning og emballering
- Håndhævelse, straf m.v.

10



Den fællesskabsretlige regulering

- Vildledningsdirektivet (06/114)
 - Beskytter erhvervsdrivende mod vildledende reklame
 - Udg. minimumsharmonisering
- Handelspraksisdirektivet (05/29)
 - Beskytter forbrugere mod vildledende og aggressiv handelspraksis
 - »Totalharmonisering« (undt. til 2013)
- Off. myndigheder m.v.
- Almene, samfundsinteresser


