

God markedsføringskik

Copenhagen Business School, 22. oktober 2004

Jan Trzaskowski
Copenhagen Business School

Workshop 4

Læs U2000.2064SH

God markedsføringsetik

Generalklausulen ctr. specialbestemmelserne

Anden lovgivning

Fortolkningsbidrag

Retsafgørelser

Lovtekst og forarbejder

Erhvervslivets egne, vedtagne normer

ICC reklamekodeks

Retningslinier, vejledninger og pjecer

Forbrugerombudsmandens udtalelser

ICC reklamekodeks

Grundprincipper

Lovlig, sømmelig, hæderlig og sandfærdig

Social ansvarsfølelse

Må ikke svække tillid til reklame som sådan

Anstændighed og hæderlighed

Fremherskende normer for sømmelighed

Ikke misbruge forbrugerens tillid

Eller udnytte manglende erfaring eller indsigt

ICC reklamekodeks

Social ansvarlighed

Diskriminering og menneskelig værdighed

Må ikke spille på frygt eller overtro

Ikke anerkende eller tilskynde til vold

Ikke opfordre til ulovlig eller forkastelig adfærd

Nedsættende omtale

Må ikke virke nedsættende over for nogen organisation, produkt, profession, kommerciel aktivitet mv. ved at skabe foragt, latterliggørelse eller lignende.

ICC reklamekodeks

Identifikation af reklame

Skal umiddelbart opfattes som sådan

Goodwill og efterligning

Ikke snylte på andres goodwill

Herunder andres reklamekamagner

Ikke efterligne andres reklame på en måde, der er egnet til at vildlede eller fremkalde forveksling

Ubestilte varer

Forbud mod negativ aftalebinding ved fremsendelse af varer

ICC reklamekodeks

Almen sikkerhed og sundhed

Må ikke beskrive farlig virksomhed eller situationer, hvor almen sikkerhed og sundhed tilsidesættes

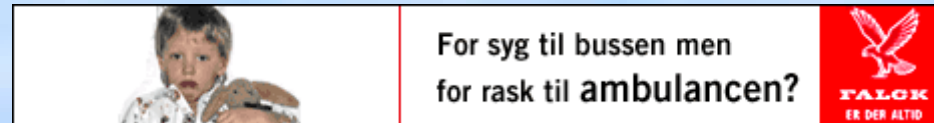
Børn og unge

Ikke udnytte manglende erfaring og godtroenhed

Særlig påpasselig mht. vildledning

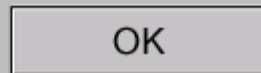
Ikke skade børn og unge mentalt, moralsk eller fysisk ved at bringe dem i fare

Ikke udnytte sociale værdier eller undergrave forældres autoritet



! Your computer may not be running PT/DM utilities

Click the button below to get these free ad-supported utilities: Precision Time (PT keeps computer clock accurate) and Date Manager (DM displays today's date in system tray). This usually takes under 30 seconds, depending on connection speed.



Et barn



Særlige fremgangsmåder

Retten til eget navn og billede

ICC kodeks; Reference forudsætter tilladelse

Almindelige retsgrundsætninger

Udnytte den heri liggende reklameværdi

Buster og Kim Larsen (U1965.126H og 1983.630Ø)

“Laudrup, Elkjær & Co. lukker Ilva i aften kl. 19.00”

Sanne Salomonsen topløs i Rapport, U1986.405Ø

Sml. Idolbillede af Martin Jørgensen, U2003.686SH

Studieværtens dobbeltgænger, U1998.160Ø

Uden journalistisk begrundelse

Særlige fremgangsmåder

Negativ aftalebinding

Uanmodet fremsendelse af girokort, U1980.324SH

Inkasso-sager

“Vi får pengene på den ene eller anden måde”

Inkassovogn og “den sorte mand”

“Bentamin har vi ikke ...”, U1982.590H

Forhandlerpræmiering

Duftsmarkedsføring

Forholdet til immaterialretten

Produktefterligning ctr. illoyal markedsføring

Beskyttelsesværdig markedsindsats

Markedsmæssig identitet

Skibs- og skovmandsglasset, U1982.987SH

Beologic, 2001.697Ø

“Refill for PARKER”, U1983.852SH

Byggis/LEGO, U1995.92S

Markedsføres således at Byggis utilbørligt udnytter Legos position på det danske marked

3 hurtige

En forbruger følte sig stødt over en annonce med overskriften "vil du ha' den billigere, må du stjæle den".

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 <virksomheden> ... med andre ord: Først bytter du en dyr vare til en masse penge. Så går du ned til <virksomheden>, hvor alting koster det halve".

Er pop-up reklamer på Internettet ulovlige?

Thank you for your attention!

Jan Trzaskowski

Copenhagen Business School (Law Department)

jan@extuto.dk / +45 25 37 02 05

www.legalriskmanagement.com / www.cbs.dk