

# Indhold

**Forord** 5

**Markedsføringsloven anno 2020** 17

## *Kapitel 1*

**Aktører, begreber og god markedsføringsskik** 19

- 1.1 Formålet med markedsføringsloven 19
  - 1.1.1 EU-regulering af relevans for markedsføringsloven 20
  - 1.1.2 Lovens anvendelsesområde (§ 1, stk. 1) 22
  - 1.1.3 Opbygningen af markedsføringsloven 23
  - 1.1.4 Humanitære, politiske eller religiøse foreninger 24
  - 1.1.5 Det offentliges udbud af service- og velfærdsydelser 28
  - 1.1.6 Virkningsprincippet over for EU-retten 29
  - 1.1.7 Finansiell virksomhed 30
  - 1.1.8 Visse juridiske personer anses som forbrugere 30
- 1.2 Definitioner (§ 2) 31
- 1.3 God markedsføringsskik (§ 3) 41
  - 1.3.1 Den generelle markedsføringsnorm (§ 3, stk. 1) 42
    - 1.3.1.1 Den retlige standard for »god markedsførings-skik« 46
    - 1.3.1.2 Om forholdet mellem generalklausulen og lovens specialbestemmelser 49
    - 1.3.1.3 Normdannelse og praksis i henhold til begrebet »god markedsførings-skik« 51
      - 1.3.1.3.1 Urimelige aftalevilkår 51
      - 1.3.1.3.2 Andre kontraktvilkår 56
      - 1.3.1.3.3 Påtrængende, overrumplende, udnyttende, generende, krænkende eller besværliggørende markedsføringsforanstaltninger 59
      - 1.3.1.3.4 Beskyttelse af den personlige integritet og privatlivets fred 77
      - 1.3.1.3.5 Kønsrelateret reklame 78
      - 1.3.1.3.6 Racediskriminerende markedsføring 88
      - 1.3.1.3.7 Identifikation af markedsføringsforanstaltninger 90

## *Indhold*

- 1.3.1.3.8 Usømmelighed, manglende respekt for almen sikkerhed, mangel på social ansvarsfølelse i markedsføringen og samfundsinteresser 91
- 1.3.1.3.9 Negativ aftalebinding 94
- 1.3.2 Handelspraksis (markedsføring) rettet mod børn og unge (§ 3, stk. 2) 100
- 1.3.3 Handelspraksis der påvirker forbrugerens økonomiske interesser (§ 3, stk. 3) 109
- 1.4 Markedsføring på internettet 110
  - 1.4.1 Markedsføringen 111
  - 1.4.2 Nærmere krav til reklamen 113
  - 1.4.3 Udsendelse af elektronisk markedsføring 114
  - 1.4.4 Mærkning af hjemmesider (trustmarks) 117
  - 1.4.5 Oplysningsforpligtelser 117
  - 1.4.6 Aftalevilkår 118
  - 1.4.7 Aftaleindgåelsen 120
  - 1.4.8 Prisoplysninger 120
  - 1.4.9 Accept af tilbud 121
  - 1.4.10 Sproget på hjemmesiden 121
  - 1.4.11 Betalingen 122
  - 1.4.12 Kundeservice 123
  - 1.4.13 Kommunikationen mellem den erhvervsdrivende og forbrugeren 123
  - 1.4.14 Personoplysninger 124
  - 1.4.15 Børn og unge 125
  - 1.4.16 Hjemmesideejerens ansvar 126
  - 1.4.17 Brugeranmeldelser 126
- 1.5 Markedsføring via sociale medier 128
  - 1.5.1 Definitionen af et »socialt medie« 129
  - 1.5.2 Nærmere markedsføring på de sociale medier 130
  - 1.5.3 Elektronisk markedsføring 133
    - 1.5.3.1 Hvornår anses henvendelser eller meddelelser på sociale medier for elektronisk post? 133
  - 1.5.4 Børn og unge 137
  - 1.5.5 Kravet til bannerreklamer 138

*Kapitel 2*

**Handelspraksis over for forbrugerne 143**

- 2.1 God erhvervsskik (§ 4) 143
- 2.2 Vildledende handlinger (§ 5) 144
  - 2.2.1 Vildledende handelspraksis 145
  - 2.2.2 Specificeret vildledende handelspraksis 146
  - 2.2.3 Afgrænsning af forbuddet for vildledende handlinger efter gældende ret 151
    - 2.2.3.1 Hvilke angivelser kan være vildledende? 154
    - 2.2.3.2 Forholdet mellem vildledningsforbuddet og generalklausulen 155
    - 2.2.3.3 Vildledning efter speciallovgivningen (lex specialis) 156
    - 2.2.3.4 Offentligretlige og civilretlige sanktioner for vildledning 163
    - 2.2.3.5 Krav om kommerciel effekt 165
    - 2.2.3.6 Urigtige angivelser 167
    - 2.2.3.7 Social ansvarlighed 172
    - 2.2.3.8 Sandfærdig fremstilling 173
    - 2.2.3.9 Bevisbyrde og dokumentation 174
    - 2.2.3.10 Afgrænsning af urigtige og vildledende angivelser 175
    - 2.2.3.11 Forskellige former for vildledning 183
      - 2.2.3.11.1 Vildledende brug af udenlandsk sprog i forbrugerforhold 183
      - 2.2.3.11.2 Forbud mod vildledende prisangivelser 186
      - 2.2.3.11.3 Vildledende kvalitets(produkt)angivelser 206
      - 2.2.3.11.4 Vildledende kvantitetsangivelser 208
      - 2.2.3.11.5 Vildledende angivelser om autorisation, uddannelse og godkendelse m.v. 209
      - 2.2.3.11.6 Vildledende angivelser om geografisk oprindelse 212
      - 2.2.3.11.7 At sammenligne reklamer 215
      - 2.2.3.11.8 Vildledende angivelser om returret, misligholdelsesbeføjelser, aftalevilkår, garantier m.v. 219
      - 2.2.3.11.9 Andre vildledende angivelser 223

## *Indhold*

- 2.2.3.11.10 Urimelig markedsføring i forbrugerforhold (bilag 1 til markedsføringsloven) 226
- 2.3 Vildledende udeladelser, herunder købsopfordringer og skjult reklame (§ 6) 232
  - 2.3.1 Hvis den erhvervsdrivende udelader eller skjuler væsentlige oplysninger m.v. (§ 6, stk. 1) 233
    - 2.3.1.1 Nærmere forbud mod at udelade eller skjule væsentlige oplysninger 239
  - 2.3.2 Oplysninger, der skal betragtes som væsentlige i forbindelse med købsopfordringer (§ 6, stk. 2) 242
  - 2.3.3 Når produktets art medfører, at prisen ikke med rimelighed kan beregnes på forhånd (§ 6, stk. 3) 246
  - 2.3.4 Forbud mod skjult reklame (§ 6, stk. 4) 247
    - 2.3.4.1 Afgrænsning af begrebet »skjult reklame« 251
  - 2.3.5 Tilfældet, hvor mediet kun giver begrænset plads eller tid til at formidle oplysningerne (§ 6, stk. 5) 256
- 2.4 Aggressiv handelspraksis (§ 7) 257
  - 2.4.1 Specificeret aggressiv handelspraksis 258
  - 2.4.2 Anvendelse af chikane, tvang og utilbørlig påvirkning 261
- 2.5 Væsentlig forvridding af den økonomiske adfærd (§ 8) 261
  - 2.5.1 Egned til væsentligt at forvride eller kunne forventes at forvride den økonomiske adfærd (§ 8, stk. 1) 262
  - 2.5.2 Vildledning af særligt sårbare grupper (§ 8, stk. 2) 266
- 2.6 Former for handelspraksis, som altid anses for vildledende eller aggressive (§ 9) 267

## *Kapitel 3*

### **Særlige markedsføringsformer 269**

- 3.1 Uanmodet henvendelse til bestemte aftagere (§ 10) 269
  - 3.1.1 Forbud mod elektroniske uanmodede henvendelser over for nogen (§ 10, stk. 1) 270
    - 3.1.1.1 Den nærmere afgrænsning af forbuddet i § 10, stk. 1 271
  - 3.1.2 Undtagelse ved markedsføring af egne tilsvarende produkter til kunden via elektronisk post (§ 10, stk. 2) 306

- 3.1.3 Betingelser, når en erhvervsdrivende retter henvendelse til nogen ved brug af elektronisk post med henblik på direkte markedsføring (§ 10, stk. 3) 313
- 3.1.4 Forbud mod at rette henvendelse til en bestemt fysisk person ved brug af andre midler til fjernkommunikation end dem som nævnt i § 10, stk. 1 (§ 10, stk. 4) 314
- 3.1.5 Den erhvervsdrivende skal klart og utvetydigt oplyse om retten til at frabede sig direkte markedsføring (§ 10, stk. 6) 321
- 3.2 Handelspraksis rettet mod børn og unge (§ 11) 321
  - 3.2.1 Konkret forbud mod brug af visse pågående virkemidler i handelspraksis rettet mod børn og unge (§ 11, stk. 1) 322
  - 3.2.2 Enhver omtale eller billeder af eller henvisning til rusmidler, herunder alkohol, i forbindelse med handelspraksis rettet mod børn og unge under 18 år forbudt (§ 11, stk. 2) 323
- 3.3 Mærkning og emballering (§ 12) 325

#### *Kapitel 4*

#### **Oplysningsforpligtelser 327**

- 4.1 Dokumentation af faktiske forhold (§ 13) 327
- 4.2 Oplysningsforpligtelser vedr. priser m.v. (§ 14) 330
  - 4.2.1 Erhvervsdrivende, der udbyder produkter til forbrugerne, skal i deres handelspraksis klart og tydeligt oplyse om prisen (§ 14, stk. 1) 334
  - 4.2.2 Hjemlen til at fastsætte de nærmere administrative regler om prisoplysninger (§ 14, stk. 2) 335
- 4.3 Faktureringspligt for regningsarbejde 336
  - 4.3.1 Generel forpligtelse til at give forbrugeren en specificeret regning, der sætter forbrugeren i stand til at kontrollere prisen for de materialer og tjenesteydelser, der indgår i ydelsen (§ 15, stk. 1) 338
  - 4.3.2 Den erhvervsdrivende kan helt eller delvist erstatte oplysningerne i § 15, stk. 1 (§ 15, stk. 2) 338
  - 4.3.3 Forbrugeren kan anmode om yderligere oplysninger (§ 15, stk. 3) 339

## *Indhold*

- 4.3.4 Interaktionen mellem de civilretlige og offentligretlige oplysningsforpligtelser 339
- 4.4 Gebyrer i løbende kontraktforhold (§ 16) 345
  - 4.4.1 Betingelserne for at kunne ændre størrelsen eller opkrævningen af et gebyr i en eksisterende aftale til ugunst for forbrugeren (§ 16, stk. 1) 348
  - 4.4.2 Ændring af gebyrer eller opkrævning af nye gebyrer i et løbende kontraktforhold skal altid varsles med en rimelig frist (§ 16, stk. 2) 348
  - 4.4.3 Væsentlige gebyrændringer skal varsles ved individuel kommunikation over for forbrugerne 349
- 4.5 Erklæringer om ydelser om garanti (§ 17) 350
  - 4.5.1 Afgrænsning af det civilretlige garantibegreb 352
  - 4.5.2 Det offentligretlige garantibegreb 355
  - 4.5.3 Oplysningsforpligtelser ved et garantitilsagn (§ 17, stk. 1) 360
- 4.6 Markedsføring af kreditaftaler (§ 18) 361
  - 4.6.1 Enhver markedsføring af kreditaftaler, der oplyser en rentesats eller talstørrelser vedrørende omkostningerne i forbindelse med forbrugercredit, skal indeholde specificerede oplysninger (§ 18, stk. 1) 362
  - 4.6.2 Oplysningerne skal oplyses klart, kort og på en fremtrædende måde ved hjælp af et repræsentativt eksempel (§ 18, stk. 2) 364
  - 4.6.3 Hvis en aftale om en accessorisk tjenesteydelse i forbindelse med kreditaftalen er obligatorisk for at opnå kreditten (§ 18, stk. 3) 366
  - 4.6.4 I markedsføring og i anden dokumentation henvendt til forbrugere skal kreditformidlere gøre opmærksom på omfanget af deres beføjelser (§ 18, stk. 4) 368
  - 4.6.5 Erhvervsministerens bemyndigelse til at udstede en bekendtgørelse om risikoplysninger for kreditaftaler 369
- 4.7 Markedsføring af boligkreditaftaler (§ 19) 369
  - 4.7.1 Markedsføring af boligkreditaftaler, der oplyser om en rentesats eller talstørrelse vedrørende omkostningerne, skal indeholde standardoplysninger (§ 19, stk. 1) 372

- 4.7.2 Standardoplysningerne skal oplyses klart, præcist og på en fremtrædende plads (§ 19, stk. 2-5) 373

## *Kapitel 5*

### **Forhold mellem erhvervsdrivende 375**

- 5.1 Vildledende og utilbørlig handelspraksis mellem erhvervsdrivende (§ 20) 375
  - 5.1.1 Vildledende handelspraksis, hvis en erhvervsdrivende i sin markedsføring på nogen måde anvender urigtige eller vildledende oplysninger (§ 20, stk. 1) 376
  - 5.1.2 Der skal tages hensyn til den pågældende handelspraksis som helhed, herunder oplysninger om egenskaberne ved produktet (§ 20, stk. 2) 377
  - 5.1.3 Erhvervsdrivendes handelspraksis må ikke være utilbørlig over for andre erhvervsdrivende (§ 20, stk. 3) 378
- 5.2 Sammenlignende reklame (§ 21) 379
  - 5.2.1 Sammenlignende reklame defineres som enhver reklame, der direkte eller indirekte henviser til en konkurrent eller til produkter, som udbydes af en konkurrent (§ 21, stk. 1) 381
  - 5.2.2 Betingelserne for sammenlignende reklame (§ 21, stk. 2) 386

## *Kapitel 6*

### **Retsmidler 393**

- 6.1 Retsmidler (§ 24) 393
  - 6.1.1 Handlinger i strid med loven kan forbydes ved dom (§ 24, stk. 1) 394
  - 6.1.2 Adgang til at kræve erstatning (§ 24, stk. 2) 396
  - 6.1.3 Mulighed for at, der kan tilkendes virksomheder et rimeligt vederlag (§ 24, stk. 3 og stk. 4) 397

## *Kapitel 7*

### **Forbrugerombudsmandens virksomhed 401**

- 7.1 Forbrugerombudsmanden (§ 25) 401
  - 7.1.1 Forbrugerombudsmandens centrale opgave er at føre tilsyn med markedsføringsloven (§ 25, stk. 1) 402

## *Indhold*

- 7.1.2 Forbrugerombudsmanden kan kræve alle oplysninger fra erhvervsdrivende (§ 25, stk. 2) 402
- 7.1.3 Forbrugerombudsmandens ansættelsesperiode (§ 25, stk. 3) 403
- 7.1.4 Forbrugerombudsmandens afgørelser kan ikke indbringes for anden administrativ myndighed og bemyndigelsesbestemmelse (§ 25, stk. 4 og stk. 5) 405
- 7.2 Digitalisering af Forbrugerombudsmandens virksomhed (§ 26) 405
  - 7.2.1 Hvornår en digital meddelelse må anses for at være kommet frem til adressaten for meddelelsen (§ 26, stk. 1) 406
  - 7.2.2 Erhvervsministeren kan fastsætte regler om skriftlig kommunikation til og fra Forbrugerombudsmanden (§ 26, stk. 2) 407
  - 7.2.3 Bemyndigelsesbestemmelser (§ 26, stk. 3-5) 409
- 7.3 Kontrolundersøgelser på stedet (§ 27) 409
  - 7.3.1 Forbrugerombudsmanden kan foretage kontrolundersøgelser til brug for behandling af klager, der er oversendt fra håndhævelsesmyndigheder i andre EU-lande (§ 27, stk. 1) 411
  - 7.3.2 Krav om retskendelse (§ 27, stk. 2) 413
  - 7.3.3 Omfanget af Forbrugerombudsmandens adgang til virksomheden (§ 27, stk. 3) 413
  - 7.3.4 Forbrugerombudsmandens adgang til ekstern databehandlers lokaler (§ 27, stk. 4) 416
  - 7.3.5 Forbrugerombudsmanden kan indsamle en kopi af dataindholdet fra elektroniske medier (§ 27, stk. 5) 417
  - 7.3.6 Forbrugerombudsmanden kan forsegle relevante forretningslokaler og oplysninger (§ 27, stk. 6) 419
  - 7.3.7 Forbrugerombudsmanden kan medtage de oplysninger eller det medium, hvorpå oplysningerne befinder sig, med henblik på kopiering (§ 27, stk. 7) 420
  - 7.3.8 Forlængelse af fristerne samt politiets bistand (§ 27, stk. 8 og stk. 9) 421
- 7.4 Forhandlingsprincippet (§ 28) 422



- 7.4.1 Forbrugerombudsmanden skal ved forhandling søge at påvirke de erhvervsdrivende til at handle i overensstemmelse med markedsføringsloven (§ 28, stk. 1) 422
- 7.4.2 Tilsidesættelse af tilsagn afgivet af den erhvervsdrivende som led i en forhandling med Forbrugerombudsmanden (§ 28, stk. 2) 423
- 7.5 Forbrugerombudsmandens udstedelse af retningslinjer (§ 29) 424
  - 7.5.1 Formålet med Forbrugerombudsmandens udstedelse af retningslinjer (§ 29, stk. 1) 425
- 7.6 Forhåndsbesked (§ 30) 427
  - 7.6.1 Forbrugerombudsmanden kan på begæring afgive forhåndsbesked om sit syn på lovligheden af påtænkte markedsføringsforanstaltninger (§ 30, stk. 1) 427
  - 7.6.2 En forhåndsbesked binder Forbrugerombudsmanden (§ 30, stk. 2) 432

## *Kapitel 8*

### **Retsforfølgning, forbud, påbud og erstatning 435**

- 8.1 Retsforfølgning (§ 32) 435
  - 8.1.1 Enhver med retlig interesse deri kan anlægge sag om forbud, påbud, erstatning og vederlag (§ 32, stk. 1) 437
  - 8.1.2 Forbrugerombudsmanden kan meddele påbud, hvis en handling klart er i strid med loven, og handlingen ikke kan ændres ved forhandling (§ 32, stk. 2) 438
  - 8.1.3 Påbuddets indbringelse for domstolene (§ 32, stk. 3-6) 439
- 8.2 Informationspligt om forældelse (§ 33) 441
- 8.3 Erstatningsøgsmål (§ 34) 444
- 8.4 Gruppesøgsmål (§ 35) 445
- 8.5 Foreløbigt forbud (§ 36) 446
  - 8.5.1 Forbrugerombudsmanden kan nedlægge foreløbige forbud, når der er øjensynlig fare for, at formålet med et forbud ellers vil forspildes (§ 36, stk. 1) 446
  - 8.5.2 Frist for bortfald af et foreløbigt forbud (§ 36, stk. 2) 447
- 8.6 Straf og påtale (§ 37) 448

## *Indhold*

- 8.6.1 Der straffes med bøde eller fængsel op til 4 måneder, hvis en erhvervsdrivende overtræder et forbud eller påbud (§ 37, stk. 1) 449
- 8.6.2 Bødestraf, medmindre højere straf følger af anden lovgivning, hvis der meddeles urigtige eller vildledende oplysninger til Forbrugerombudsmanden (§ 37, stk. 2) 449
- 8.6.3 Bødestraf (§ 37, stk. 3) 449
- 8.6.4 Overtrædelser, der er undergivet privat påtale, herunder om bødestørrelser (§ 37, stk. 4) 450
- 8.6.5 Særlige strafbestemmelser (§ 37, stk. 5-6) 451
- 8.7 Forbrugerombudsmanden kan udstede administrative bødeforlæg (§ 38) 452
  - 8.7.1 Forbrugerombudsmandens kompetence til at udstede administrative bødeforlæg (§ 38, stk. 1-3) 453

**Domsregister** 455

**Stikordsregister** 457