

Fremsat den XX af erhvervs- og vækstminister (Ole Sohn)

Forslag

til

Lov om ændring af markedsføringsloven, retsplejeloven og lov om finansiel virksomhed (Udvidelse af Forbrugerombudsmandens processuelle beføjelser og håndhævelsesbeføjelser over for finansielle virksomheder samt styrkelse af beskyttelsen af børn og unge)

§ 1

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

1. *Fodnoten* til lovens titel affattes således:

»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, 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, side 66.)«

2. § 2, stk. 2 og 3, affattes således:

»Stk. 2. § 1, § 13, stk. 3 og § 13, 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 §§ 15 og 16 finder ikke anvendelse på finansielle virksomheder.«

3. § 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.«

4. I § 8 indsættes som *stk. 3*:

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

5. § 27, *stk. 1*, affattes således:

»Enhver med en retlig interesse deri kan anlægge sag om forbud, påbud, erstatning og vederlag efter § 20. Forbrugerombudsmanden kan tilsvarende anlægge sag om forbud og påbud efter § 20, stk. 1, og på begæring anlægge sag om erstatning og vederlag efter § 20, stk. 2-4.«

6. § 30, stk. 3, affattes således:

»Stk. 3. Overtrædelse af bestemmelserne i § 3, stk. 1 og 2, §§ 4-6, § 8, stk. 2 og 3, §§ 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.«

7. 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 lov om rettens pleje, jf. lovbekendtgørelse nr. 1063 af 17. november 2011 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 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.<<

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

4. § 260, stk. 7, der bliver stk. 8, affattes således:

>>*Stk. 8.* Justitsministeren kan fastsætte nærmere regler om ordningerne i 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. § 348, stk. 1, affattes således:

>>Forbrugerombudsmanden kan anlægge sag vedrørende handlinger, der strider mod redelig forretningskik og god praksis, jf. § 43, stk. 1 og 2, herunder sag om forbud, påbud, erstatning og tilbagesøgning af uretmæssigt opkrævede beløb. Forbrugerombudsmanden kan endvidere behandle sager vedrørende overtrædelse af strafbelagte bestemmelser i regler udstedt i medfør af denne lovs § 43, stk. 3. Markedsføringslovens § 20, § 22, stk. 2, § 23, stk. 1, § 27, stk. 1, og § 28 finder tilsvarende anvendelse på sager, som Forbrugerombudsmanden ønsker at behandle eller anlægge efter denne bestemmelse. Forbrugerombudsmanden kan udpeges som grupperepræsentant i et gruppesøgsmål, jf. retsplejelovens kapitel 23 a.<<

§ 4

Loven træder i kraft den [1. maj 2013].

Bemærkninger til lovforslaget

Almindelige bemærkninger

Indholdsfortegnelse:

		Side
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.	Straf og påtale
	1.3.3.	Administrative bøder
	1.3.4.	Rettergangsfuldmægtige – Forbrugerombudsmandens adgang til at give møde i retten
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.	Straf og påtale
	2.3.2.1.	Gældende ret
	2.3.2.2.	Lovforslagets udformning
	2.3.3.	Administrative bødeforelæg
	2.3.3.1.	Gældende ret
	2.3.3.2.	Lovforslagets udformning

	2.3.4	Rettergangsfuldmægtige - Forbrugerombudsmandens adgang til at give møde i retten	
	2.3.4.1.	Gældende ret	
	2.3.4.2.	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 strafbelagte bestemmelser i regler om pris- og risikoplysninger for finansielle ydelser udstedt i medfør af lov om finansiell virksomhed. 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 dels ved at give Forbrugerombudsmanden mulighed for at anlægge individuelle erstatningssager og for at udstede administrative bødeforelæg og dels ved at udvide Forbrugerombudsmandens adgang til at give møde i retten.

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 han konstaterer, at en finansiell virksomhed har overtrådt visse strafbelagte regler i markedsføringsloven. I sager hvor en finansiell virksomhed fx har givet vildledende oplysninger, vil Forbrugerombudsmanden efter forslaget både kunne behandle sagens offentligtligte aspekter, herunder melde virksomheden til politiet, samt 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, fx 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 fx 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 forbudet 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 offentligtligetlige 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.

Forbrugerombudsmanden vil endvidere fortsat have kompetence til at anlægge en civil sag mod en finansiel virksomhed vedrørende handlinger, der efter hans opfattelse strider imod redelig forretningskik 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. Forbrugerombudsmanden og Finanstilsynet skal således orientere hinanden om de sager, der tages op mod finansielle virksomheder.

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 forbudet.

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 forbudet 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. lovekendtgørelse nr. 1020 af 21. oktober 2008 om forbud mod salg af tobak til personer over 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 fx 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 fx forbud og/eller påbud, herunder påbud om tilbagebetalingskrav. 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 lov om finansiel virksomhed, § 348.

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 - fx 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. Straf og påtale

Det foreslås, at markedsføringslovens straffebestemmelse justeres, således at overtrædelse af markedsføringslovens § 8, stk. 3, som affattet ved lovforslagets § 1, stk. 4, kan straffes med bøde, medmindre højere straf er forskyldt efter anden lovgivning.

1.3.3. 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.

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

Formålet med ændringen af retsplejelovens § 260, stk. 7, er at indsætte en 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 svarer til retsplejelovens § 260, stk. 6, hvorefter justitsministeren kan tillade, at jurister ansat 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.

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 lovebekendtgørelse nr. 885 af 8. august 2011 om finansiell virksomhed, som ændret ved lov nr. 1382 af 28. december 2011 §§ 348 og 348a.

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 administrationselskaber og investeringsselskaber.

Finanstilsynet fører således det administrative, offentligretlige 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 fx 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 finansiel 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 finansiel virksomhed § 348, stk. 1, har Forbrugerombudsmanden judicielt, 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 finansiel 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 finansiel virksomhed § 348, stk. 1, 3. pkt., jf. herved retsplejelovens kapitel 23a.

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 fx 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 fx 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 vil kunne håndhæve markedsføringslovens §§ 3, 12a og 14a over for finansielle virksomheder.

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

Både Finanstilsynet og Forbrugerombudsmanden kan på eget initiativ tage sager op over for finansielle virksomheder. Finanstilsynet kan politianmelde finansielle virksomheder for overtrædelser af strafbelagte 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 strafbelagte 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 har endvidere 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 fx 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 (fx et supermarkeds 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, som ikke tillader, at alkoholholdige produkter markedsføres direkte over for børn og unge¹. 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 samt et alderskrav i forbindelse med køb af alkoholholdige drikkevarer fra butikker, hvor der foregår detailsalg².

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 forbudet. 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 forbudet 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 stk. 3, hvorefter det ikke er tilladt at benytte rusmidler, herunder alkohol som fx 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

¹ 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. Senest revideret i 2011.

² 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.

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 en dom fra Vestre Landsret 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 strafbelagt 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. Det gælder endvidere hjemmesider, som i sig selv eller qua markedsføringen af hjemmesiden eller centrale produkter fra hjemmesiden særligt henvender sig til børn eller unge. Hvis der ikke udvises tilstrækkeligt hensyn vil det kunne anses for en overtrædelse af markedsføringslovens § 1.

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 da gå frem efter retsplejelovens regler om subjektiv kumulation, jf. retsplejelovens § 250, eller gruppesøgsmål, jf. retsplejelovens kapitel 23a.

De gældende bestemmelser i markedsføringslovens §§ 27 og 28 kan udlægges 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 forslaget § 1, nr. 5, 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.

Baggrunden for forslaget er, at en 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. Straf og påtale

2.3.2.1. Gældende ret

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.

2.3.2.2. Lovforslagets udformning

Med forslaget § 1, nr. 6, 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, medmindre højere straf er forskyldt efter anden lovgivning.

2.3.3. Administrative bødeforelæg

2.3.3.1. Gældende ret

Efter gældende lovgivning kan Forbrugerombudsmanden foretage politianmeldelse, hvor det konstateres, at der er sket overtrædelse af en straffelagt bestemmelse i markedsføringsloven, jf. markedsføringslovens § 30. Politiet vil herefter i samarbejde med Forbrugerombudsmanden forestå den videre efterforskning 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 ved 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 straffelagte bestemmelser i markedsføringsloven eller regler udstedt i medfør heraf.

2.3.3.2. 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 straffelagt 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 bevistvivi, og hvor der er tale om ukomplicerede sager, er der risiko for, at sagsgangen over for politiet 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 bevistvivi, 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, fx 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 fx markedsføringslovens § 3 om vildledende og utilbørlig markedsføring, § 6 om uanmodet henvendelse til bestemte aftagere (spam-forbudet), § 8, stk. 2 om markedsføring rettet mod børn og unge, § 12a 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-forbudet) fra 2005, foreslået en beregningsmodel ved overtrædelse af bestemmelsen. Ifølge beregningsmodellen straffes som udgangspunkt med en minimumsbøde på kr. 10.000 for indtil 100 overtrædelser og kr. 100 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 fx 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 der måtte være utilstrækkelig praksis, vil der blive ført et passende antal prøvesager efter nærmere aftale mellem Forbrugerombudsmanden og anklagemyndigheden.

Med forslagets § 1, nr. 7, 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, som således også skal 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.

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, 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..3.4. Rettergangsfuldmægtige - Forbrugerombudsmandens adgang til at give møde i retten

2.3.4.1. 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. Dersom 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 grupprepræsentant 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.

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 bestemmelse 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 (Revision af regler om advokaters virksomhed) 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 § 135 a, stk. 2.

2.3.4.2. Lovforslagets udformning

Med forslagens § 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.

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.

3. Økonomiske og administrative konsekvenser for det offentlige

Lovforslaget har 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 er af hensyn til børn og unge under 18 års 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.

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

8. Hørte myndigheder og organisationer mv.

Lovforslaget har været i høring hos:

[Lovforslaget har endnu ikke været sendt i høring].

9. Sammenfattende skema

	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	[Forslaget vil blive vurderet af CKR]	[Forslaget vil blive vurderet af CKR]
Administrative konsekvenser for erhvervslivet	Ingen	[Forslaget vil blive vurderet af CKR]
Administrative konsekvenser for borgerne	Ingen	Ingen
Miljømæssige konsekvenser	Ingen	Ingen
Forholdet til EU-retten	Ingen	

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, 12a og 14a også finder anvendelse på finansielle virksomheder.

Reglerne i den finansielle lovgivning og Finanstilsynets tilsyn med disse berøres ikke af ændringen. Finanstilsynet vil fortsat kunne behandle sager om vildledning og fejlagtig prisoplysning efter reglerne i god skik bekendtgørelsen og prisoplysningsbekendtgørelsen, 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 de beføjelser, han har 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 § 14a i forhold til virksomheder, der formidler lån for pengeinstitutter, men også over for pengeinstitutterne selv. Har et pengeinstitut fx 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 fx 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 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.

Til nr. 4

Med forslaget § 1, nr. 4, foreslås det 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 afgørelsen 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.

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. Det gælder endvidere hjemmesider, som i sig selv eller qua markedsføringen af hjemmesiden eller

centrale produkter fra hjemmesiden særligt henvender sig til børn eller unge. Hvis der ikke udvises tilstrækkeligt hensyn, vil det kunne anses for en overtrædelse af markedsføringslovens § 1.

Til nr. 5

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, enten via 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 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 – fx 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 ressourcekrævende 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 han vil anlægge 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 forbrugerne.

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

Derudover er Forbrugerombudsmanden - som offentlig myndighed - underlagt et almindeligt saglighedskrav, som også vil gælde, når han skal tage stilling til, om der er grundlag for at anlægge individuelle sager ud fra kollektive forbrugerinteresser eller almene samfundsinteresser.

Til nr. 6

Der foretages en konsekvensrettelse af § 30, stk. 3, således at § 8, stk. 3, tilføjes bestemmelsen. Om bestemmelsens indhold og anvendelse henvises til tidligere forarbejder.

Til nr. 7

Med bestemmelsen foreslås som noget nyt at give erhvervs- og vækstministeren hjemmel til efter forhandling med justitsministeren at fastsætte, at Forbrugerombudsmanden kan udstede og opkræve administrative bødeforelæg i visse typer af strafsanktionerede markedsførings­sager. Kompetencen gælder i tilståelsessager, der er egnet til at blive afsluttet på denne måde, dvs. hvor der enten findes

fast retspraksis for bødeudmålingen eller faste retningslinjer for bødeudmålingen i lovbemærkninger.

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, vil 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, 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, finder tilsvarende anvendelse på bødeforelæg efter denne bestemmelse.

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

Til § 2

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 § 135 a, stk. 2. Det bemærkes, at Forbrugerombudsmanden efter markedsføringslovens § 22, stk. 3, skal opfylde de almindelige betingelser for at blive dommer.

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.

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.

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 finansiel 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. 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 strafbelagt. Kun overtrædelse af enkelte bestemmelser i bekendtgørelserne er ikke strafbelagte. Forbrugerombudsmanden får med denne lovændring kun mulighed for at behandle sager om overtrædelse af de strafbelagte bestemmelser.

For at sikre at Forbrugerombudsmanden og Finanstilsynet ikke samtidig behandler en sag mod en finansiel 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. Forbrugerombudsmanden og Finanstilsynet, skal således orientere hinanden, om de sager, der tages op mod 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 loven træder i kraft den [1. maj 2013]

Lovforslaget sammenholdt med gældende lovgivning

Gældende formulering

Lovforslaget

§ 1

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

1.

Fodnote affattes således:

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, 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, side 66.)«

2.

§ 2, stk. 2 og stk. 3, affattes således:

»Stk. 2. § 1, § 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.

Fodnote 2.

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

Stk. 3. § 13, stk. 2 og 4-6, og § 15 og 16

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.

§ 30.

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.

finder ikke anvendelse på finansielle virksomheder.«

3.

§ 8, stk. 2, affattes således:

Stk. 2. Markedsføring rettet mod børn og unge 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.

4.

Efter § 8, stk. 2, indsættes:

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

5.

§27, stk. 1, affattes således:

»Enhver med en retlig interesse deri kan anlægge sag om forbud, påbud, erstatning og vederlag efter § 20. Forbrugerombudsmanden kan tilsvarende anlægge sag om forbud og påbud efter § 20, stk. 1, og på begæring erstatning og vederlag efter § 20, stk. 2-4.«

6.

§ 30, stk. 3, affattes således:

»Stk. 3. Overtrædelse af bestemmelserne i § 3, stk. 1 og 2, §§ 4-6, § 8, stk. 2 og 3, §§ 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.«

7.

Efter § 30 indsættes:

>>§ 30a. 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 lov nr. 1063 af 17. november 2011 om rettens pleje foretages følgende ændringer:

§ 260. ---

1. 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 og 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.«

Stk. 7-10 bliver herefter til stk. 8-11 og stk. 7, der bliver stk. 8 affattes således:

»*Stk. 8.* Justitsministeren kan fastsætte nærmere regler om ordningerne i stk. 6 og 7.«

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

I § 267a, stk. 1, ændres >>8 og 9,<< til: >>7, 9 og 10,<<.

§ 3

I lovbekendtgørelse nr. 705 af 25. juni 2012 om lov om finansiel virksomhed foretages følgende ændringer:

§ 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.

§ 348, stk. 1, affattes således:

>>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. Forbrugerombudsmanden kan endvidere behandle sager vedrørende overtrædelse af strafbelagte bestemmelser i regler udstedt i medfør af denne lovs § 43, stk. 3. Markedsføringslovens § 20, § 22, stk. 2, § 23, stk. 1, § 27, stk. 1, og § 28 finder tilsvarende anvendelse på sager, som Forbrugerombudsmanden ønsker at behandle eller anlægge efter denne bestemmelse. Forbrugerombudsmanden kan udpeges som grupperepræsentant i et gruppesøgsmål, jf. retsplejelovens kapitel 23 a.<<

§ 4

Loven træder i kraft den 1. maj 2013.