



NOTAT

11. december 2012

Høringsnotat vedrørende udkast til forslag til lov om ændring af markedsføringsloven, retsplejeloven, lov om finansiel virksomhed og lov om betalingstjenester og elektroniske penge (Styrkelse af Forbrugerombudsmandens processuelle beføjelser og håndhævelsesbeføjelser i forhold til finansielle virksomheder m.v. samt styrkelse af beskyttelsen af børn og unge i forbindelse med markedsføring af alkohol).

1. Indledning

Lovforslaget har været sendt i høring i to dele.

Med lovforslagets første del foreslås det, at Forbrugerombudsmandens beføjelser i forhold til finansielle virksomheder udvides, 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 om pris- og risikooplysninger for finansielle ydelser udstedt i medfør af lov om finansiel virksomhed.

Det foreslås endvidere, at beskyttelsen af børn og unge styrkes ved at præcisere, at markedsføring rettet mod børn og unge under 18 år ikke må indeholde billeder eller omtale af eller henvisninger til rusmidler, herunder alkohol.

Endelig foreslås det, at Forbrugerombudsmandens processuelle beføjelser udvides, dels ved at give Forbrugerombudsmanden mulighed for at anlægge individuelle erstatningssager og for at udstede administrative bødeforelæg, dels ved at udvide Forbrugerombudsmandens adgang til at give møde i retten ved sine medarbejdere.

Med lovforslagets anden del foreslås det, at Forbrugerombudsmanden vil kunne påbyde erhvervsdrivende, herunder finansielle virksomheder m.fl., og andre der driver erhvervsvirksomhed, at give deres kunder de oplysninger, der er nødvendige for, at de kan gøre et krav gældende inden en given forældelsesfrists udløb. Dermed skabes der en større sikkerhed for,

at kunder, der måske ikke har kendskab til reglerne eller er bevidste om, at de har et krav, bliver opmærksomme på, at de skal reagere inden forældelsesfristens udløb.

Forslagets første del er sendt i høring den 3. oktober 2012 hos 183 organisationer og myndigheder mv. med høringsfrist den 6. november 2012. Anden del af lovforslaget er sendt i høring den 13. november 2012 med høringsfrist den 19. november 2012.

Der er modtaget svar fra 48 organisationer og myndigheder mv., heraf 28 svar med indholdsmæssige bemærkninger i forhold til 1. del af lovforslaget og fra 35 organisationer og myndigheder mv., heraf 10 svar med indholdsmæssige bemærkninger i forhold til 2. del af lovforslaget.

De væsentligste bemærkninger fra de hørte parter til de enkelte emner i lovforslaget gennemgås og kommenteres nedenfor.

2. Generelle bemærkninger

Forbrugerombudsmanden, Forbrugerrådet og Foreningen af Sø- og Handelsrettens sagkyndige dommere støtter overordnet hele 1. del af lovforslaget.

Forbrugerombudsmanden anfører endvidere, at de foreslåede ændringer vil indebære en styrkelse og effektivisering af Forbrugerombudsmandens tilsynsvirksomhed.

Forbrugerrådet, LO, CO-industri og Alkohol & Samfund støtter 2. del af lovforslaget.

Advokatrådet, Danmarks Automobilforhandler Forening, Dansk Byggeri, Dansk Erhverv, Dansk Industri, Danske Medier, Finansrådet, Landbrug & Fødevarer, Realkreditforeningen og Realkreditrådet finder det stærkt kritisabelt, at høringsfristen på 2. del af lovforslaget i realiteten udelukker en nærmere stillingtagen til de forslag, der er indeholdt i høringsmaterialet.

Dansk Byggeri, Dansk Erhverv, Dansk Energi, Finansrådet, Håndværksrådet, Landbrug & Fødevarer, Realkreditforeningen og Realkreditrådet mener ikke, at 2. del af lovforslaget bør fremsættes.

Finansrådet, Realkreditforeningen og Realkreditrådet mener endvidere, at der bør nedsættes en arbejdsgruppe, der analyserer forslaget om informationspligt om forældelse nærmere.

Sø- og Handelsretten anfører, at det bør overvejes, om de sager, som Forbrugerombudsmanden anlægger med hjemmel i lov om finansiel virksomhed også skal være omfattet af Sø- og Handelsrettens kompetence på samme måde som i sager, hvor Forbrugerombudsmanden er part og anvendelse af markedsføringsloven eller lov om betalingstjenester og elektroniske penge har væsentlig betydning for vurderingen af sagen. Baggrunden for forslaget er, at der ifølge Sø- og Handelsretten er stor forskel på, om det er byretterne eller Sø- og Handelsretten, der behandler en sag. Byretten har fx ikke pligt til at lade sagkyndige dommere medvirke og gør i praksis meget sjældent brug af denne mulighed.

De Samvirkede Købmænd (DSK), Finansrådet og Realkreditforeningen, Forbrugerombudsmanden, Forbrugerrådet, Forsikring & Pension, HO-RESTA, Håndværksrådet, Realkreditrådet og Foreningen af Sø- og Handelsrettens sagkyndige dommere kan tilslutte sig Sø- og Handelsrettens høringssvar på dette punkt.

Dansk Erhverv og Vin og Spiritus Organisation i Danmark anfører i deres høringssvar, at fremtidige straffesager efter markedsføringsloven bør føres tilbage til Sø- og Handelsretten, som det var før ændringen i 2007, for at sikre den nødvendige faglige indsigt i markedsføringsforhold, som hverken landsret eller byret ifølge de to høringssparter har den fornødne ekspertise i.

Kommentar

Det følger af retsplejelovens § 225, stk. 2, nr. 2, at civile sager kan anlægges ved Sø- og Handelsretten, hvis Forbrugerombudsmanden er part og anvendelsen af lov om markedsføring eller lov om betalingstjenester og elektroniske penge har væsentlig betydning for vurderingen af sagen.

Sø- og Handelsretten behandler derimod ikke generelt straffesager, herunder straffesager efter markedsføringsloven eller lov om betalingstjenester eller sager om anvendelsen af lov om finansiel virksomhed. Denne ændring af Sø- og Handelsrettens kompetence blev gennemført med domstolsreformen i 2007 i forbindelse med, at byretten blev 1. instans i alle straffesager, herunder nævningesager, og var en væsentlig følge af, at

den direkte appel fra Sø- og Handelsretten til Højesteret blev bevaret, idet skyldspørgsmålet i straffesager ikke kan prøves i Højesteret.

For så vidt angår forslaget om at udvide Sø- og Handelsrettens kompetence i civile sager til også at omfatte lov om finansiel virksomhed bemærkes, at regeringen har nedsat et udvalg for bedre og mere effektiv behandling af civile sager. Justitsministeriet har oplyst, at ovennævnte forslag vil indgå i udvalgets overvejelser.

3. Bemærkninger til konkrete emner

Høringssvarene vil blive kommenteret med udgangspunkt i følgende overordnede opdeling:

- 3.1 Udvidelse af Forbrugerombudsmandens beføjelser i forhold til finansielle virksomheder
- 3.2 Styrkelse af beskyttelsen af børn og unge i forhold til markedsføring af rusmidler (herunder alkohol)
- 3.3 Udvidelse af Forbrugerombudsmandens processuelle beføjelser
 - 3.3.1 Individuelle erstatningssøgsmål
 - 3.3.2 Administrative bøder
 - 3.3.3 Rettergangsfuldmægtige – Forbrugerombudsmandens adgang til at give møde i retten
- 3.4 Forbrugerombudsmandens adgang til at påbyde den erhvervsdrivende at oplyse om forældelse

3.1. Udvidelse af Forbrugerombudsmandens beføjelser i forhold til finansielle virksomheder (forslagets § 1, nr. 2 og § 3, nr. 1)

Advokatsamfundet, Dansk Aktionærforening, Dansk Erhverv, Danske Reklame- og Relationsbureauers Brancheforening (DRRB), Forbrugerombudsmanden, Forbrugerrådet, Landbrug & Fødevarer støtter udvidelsen af Forbrugerombudsmandens beføjelser i forhold til finansielle virksomheder.

Finansrådet og Realkreditforeningen (Foreningerne), Realkreditrådet og Danske Reklame- og Relationsbureauers Brancheforening (DRRB) anfører, at de finder det betænkeligt ud fra en retssikkerhedsmæssig betragtning, at man nu indfører et dobbelttilsyn på det finansielle område.

Foreningerne anfører endvidere, at det bliver svært for virksomhederne og forbrugere at vide, til hvem man skal rette sine forespørgsler. De på-

peger, at det efter deres opfattelse er i strid med almindelig anerkendt forvaltningspraksis at udstyre to uafhængigt fungerende offentlige tilsynsmyndigheder med kompetence inden for samme regelsæt.

Foreningerne anfører endvidere, at hvis man fra regeringens side fastholder ønsket om at etablere et dobbelttilsyn, bør man ifølge Foreningerne som minimum sikre, at der etableres retningslinjer for samarbejdet mellem myndighederne.

Realkreditrådet anfører, at de finder det uacceptabelt, at Forbrugerombudsmanden fremover har mulighed for at politianmelde en virksomhed selv i tilfælde, hvor Finanstilsynet/Det finansielle virksomhedsråd ikke har fundet det nødvendigt.

Forbrugerombudsmanden anfører, at den foreslåede ændring vil betyde, at ensartede forhold – i modsætning til i dag – vil kunne behandles samtidigt og af samme myndighed, hvilket vil medføre en mere effektiv og hensigtsmæssig ordning både ud fra en ressourcebetragtning og ud fra en lighedsgrundsætning.

Ifølge Forsikring & Pension bør det fremgå klarere af lovforslaget, hvad der nu nødvendiggør de foreslåede ændringer. Forsikring & Pension efterlyser endvidere en nærmere stillingtagen til den tilsigtede grænseflade mellem de to myndigheders kompetencer og samarbejde, fx hvordan det sikres, at der ikke hos Forbrugerombudsmanden og Finanstilsynet opstår forskellig praksis i behandlingen af enslydende bestemmelser i de to side-stillede regelsæt.

Kommentarer

Formålet med forslaget er at ligestille reguleringen af finansielle virksomheder med ikke-finansielle virksomheder på det strafferetlige område, således at markedsføringslovens § 3 om vildledning, § 12a om købsopfordringer og § 14a om kreditaftaler også finder anvendelse på finansielle virksomheder.

Det vil styrke Forbrugerombudsmandens muligheder for at føre tilsyn med de finansielle virksomheder for så vidt angår strafbare overtrædelser af markedsføringsloven. Samtidig bevarer Finanstilsynet uændret sine kompetencer som specialmyndighed på det finansielle område.

Forbrugerombudsmanden fører som udgangspunkt et generelt tilsyn efter markedsføringsloven over for alle typer erhvervsdrivende, herunder fx finansieringsselskaber. På en lang række områder med særregulering, hvor en specialmyndighed fører tilsyn, sker der således allerede i dag koordinering mellem Forbrugerombudsmanden og specialmyndigheden. Det gælder bl.a. i forhold til Spillemyndigheden og Radio- tv-nævnet.

På det finansielle område har det omvendt været Finanstilsynet alene, der har haft kompetence til at føre tilsyn med de strafbare markedsføringsretlige overtrædelser.

Med den foreslåede ændring vil ensartede forhold på tværs af virksomhedstyper - i modsætning til nu - kunne behandles samtidigt og af samme myndighed. Lovforslaget indebærer således, at de omhandlede straffebestemmelser i markedsføringsloven, som i vidt omfang er baseret på EU-regler, hvor der ikke sondres mellem finansielle og ikke-finansielle virksomheder, vil finde anvendelse på begge typer af virksomheder. Forslaget er både ud fra en ressourcebetragtning og en lighedsgrundsætning mere effektiv og hensigtsmæssig end den nuværende ordning.

Finanstilsynet vil imidlertid fortsat have hovedansvaret for at føre tilsyn med finansielle virksomheders overholdelse af den finansielle lovgivning, da de besidder en sektorspecifik viden om de finansielle virksomheder.

Det nævnes i flere hørings svar, at det er afgørende, at der vil ske en tilstrækkelig koordinering af samarbejdet mellem de to tilsynsmyndigheder. Der eksisterer allerede i dag en samarbejdsaftale, hvor der sker koordinering i konkrete sager, så det sikres, at der er en ensartet fortolkning af reglerne, og at finansielle og ikke-finansielle virksomheder ikke behandles forskelligt.

Hvis en virksomhed har indrettet sig i henhold til en tilkendegivelse fra en anden myndighed om en bestemt retstilstand, anser Forbrugerombudsmanden virksomheden for at være i god tro. I sådanne tilfælde vil Forbrugerombudsmanden derfor af retssikkerhedsmæssige årsager ikke strafforfølge virksomheden for handlinger, som virksomheden har foretaget i tillid til denne tilkendegivelse.

Det fremgår allerede af lovbemærkningerne, at det forudsættes, 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, for at sikre at de ikke samtidig behandler en sag mod en finansiel virksomhed.

3.2 Styrkelse af beskyttelsen af børn og unge i forhold til markedsføring af rusmidler (herunder alkohol) (forslagets § 1, nr. 3, 4 og 8)

Alkohol & Samfund, Børnerådet, Danske Medier, DI, Forbrugerombudsmanden, Forbrugerrådet og Vin og Spiritus Organisationen i Danmark (VSOD) støtter forslaget.

Alkoholreklamenævnet, Bryggeriforeningen, Dansk Erhverv og DRRB anfører, at de er enige i hensigten bag forslaget, der skal sikre, at alkoholholdige drikkevarer ikke markedsføres over for børn og unge.

Alkohol & Samfund anfører dog, at mange elementer i lovforslaget beror på et skøn, og at det derfor er vigtigt, at det fremgår, at beskyttelseshensynet tillægges størst betydning i vurderingen. Dette gælder særligt ved markedsføring i det offentlige rum, uanset om markedsføringen er målrettet børn og unge.

Alkoholreklamenævnet, Bryggeriforeningen, DRRB, DI, HORESTA og VSOD anfører endvidere, at Alkoholreklamenævnets virksomhed bør beskrives i lovbemærkningerne, idet det har betydning for den fremtidige praksis vedrørende håndhævelsen af såvel Nævnets hidtidige forbud, som markedsføringslovens foreslåede forbud mod markedsføring af alkohol overfor børn og unge. Ligeledes bør den samarbejdsaftale mellem Forbrugerombudsmanden og Nævnet der blev indgået i 2008 beskrives nærmere i lovbemærkningerne.

Bryggeriforeningen og Danske Medier anfører endvidere, at erhvervsdrivende i medfør af markedsføringslovens § 1 skal udvise særligt hensyn ved alkoholreklamer, uanset at de ikke er særligt målrettet børn og unge, hvis reklamen vises på offentlige steder, hvor der navnlig færdes børn og unge. De mener derfor, at det bør præciseres i lovbemærkningerne, at der ikke menes offentlige steder som fx tog, metro, bus og disses overflader samt tilhørende stationer og holdepladser samt andre offentlige pladser, hvor der både færdes børn og voksne.

Danske medier har særligt hæftet sig ved henvisningen til de sociale medier på internettet. Ifølge Danske Medier er det uklart, hvilke sociale medier, der henvises til. Sociale medier som Facebook eller Youtube er generelt ikke målrettet børn, men har mange børn og unge som brugere. De

opfordrer derfor til, at afsnittet om markedsføring i det offentlige rum udgår af bemærkninger, alternativt at det præciseres, at der alene er tale om websites, der har børn og unge som deres primære målgruppe.

DRRB og Bryggeriforeningen anfører, at det bør præciseres nærmere, hvordan forbuddet mod alkoholreklamer på hjemmesider, der henvender sig til børn og unge, skal håndteres i praksis, fx ved at stille krav om brug af aldersfiltre.

Børnerådet anfører, at de gerne havde set, at forslaget tog højde for det faktum, at børn og unge ikke kun eksponeres for reklamer, der er målrettet dem, men i vid udstrækning også møder reklamer i det offentlige rum. Det gælder ifølge Børnerådet især i sportssammenhænge, hvor der ofte ses reklamer for alkohol på stations og på sportsudøvernes dragter. Forbuddet bør derfor ifølge Børnerådet omfatte al markedsføring, som børn og unge med rimelighed kan forventes at blive eksponeret for.

Cult anfører, at de finder, at lovforslagets § 1, stk. 4, er i strid med direktivet om urimelig handelspraksis.¹ Det skyldes, at formålet med forslaget er at indføre et totalforbud mod markedsføring af alkohol rettet mod børn og unge under 18 år. Cult henviser til, at EU-domstolen flere gange har fastslået, at direktivet er udtryk for totalharmonisering, og at medlemslandene ikke må indføre forbud, som ikke fremgår af direktivet, hvilket det foreslåede forbud ikke gør.

DRRB anfører, at de mener, at de regler, der gælder allerede i dag (markedsføringsloven § 8, stk. 2, samt Alkoholreklamenævnets retningslinjer) udgør en tilstrækkelig beskyttelse. DRRB anfører endvidere, at det bør præciseres, at sponsorater og bryggeriers logoer som udgangspunkt ikke er markedsføring målrettet børn.

De samvirkende købmænd (DSK) anfører, at den nuværende formulering i lovbemærkningerne kan medføre tvivl om, hvorvidt sponsorater vil være i strid med bestemmelsen og opfordrer på den baggrund til, at det præciseres, at bestemmelsen ikke vil bringe brugen af sponsorater i fare.

Forbrugerombudsmanden anfører, at den foreslåede bestemmelse vil lette Forbrugerombudsmandens tilsyn med bestemmelsen. Forbrugerombuds-

¹ Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 2005/29/EF om virksomheders urimelige handelspraksis over for forbrugere på det indre marked.

manden påpeger dog, at der er behov for, at det i bemærkningerne til bestemmelsen præciseres, hvornår en erhvervsdrivendes markedsføring, særligt i forhold til markedsføring på internettet, kan anses for at rette sig mod børn og unge.

Der bør ifølge Forbrugerombudsmanden endvidere tages stilling til, hvilken betydning det har for vurderingen af en hjemmesides målgruppe, at der på hjemmesiden benyttes et aldersfilter til at afskære børn og unge fra at få adgang. Det bør på den baggrund anføres i bemærkningerne, at den erhvervsdrivende har pligt til løbende at anvende de bedst mulige tekniske foranstaltninger til at kontrollere alderen på brugeren for at sikre, at det udelukkende er unge over 18 år, der udsættes for markedsføringen.

Forbrugerrådet anfører, at den foreslåede formulering medfører en utilsigtet lempelse af bestemmelsen i forhold til gældende ret, da den efter Forbrugerrådets opfattelse udelader ”indirekte opfordringer” til anvendelse af rusmidler, som i dag er omfattet af den gældende § 8, stk. 2.

Forbrugerrådet anfører endvidere, at de ofte oplever problemer i forhold til målgruppen for et givent markedsføringstiltag jf. formuleringen ”markedsføring rettet mod”. Det forekommer jævnligt, at fx børn og unge eksponeres for markedsføring af alkohol, selvom de ikke er en del af den definerede målgruppe. Det kan forekomme i det offentlige rum, fx gennem reklamer på busstoppesteder, bygninger og i busser og tog, hvor børn og unge ofte færdes.

Ifølge Forbrugerrådet er det derfor nødvendigt at se på, ikke blot den definerede eller tiltænkte målgruppe for et markedsføringstiltag, men også den reelle modtagerkreds. Forbrugerrådet henviser i den anledning til Alkoholreklamenævnets retningslinjer, som fastslår, at markedsføring af alkoholholdige drikkevarer aldrig må finde sted i medier, hvor over 30 pct. af publikum er, eller med rimelighed vurderes at være, børn og unge.

Endelig anfører Forbrugerrådet, at de mener, at der med lovforslaget er sket en præcisering af, at ”børn og unge”-begrebet omfatter personer op til 18 år. De finder derfor anledning til at bemærke, at der i Alkoholreklamenævnet arbejdes med en mere flydende grænse, således at personer over 18 år også kan betragtes som børn og unge efter nævnets praksis.

Kommentarer

Flere hørings svar påpeger, at det bør nævnes i bemærkningerne, at der ikke med lovforslaget tilsigtes ændringer i Alkoholreklamenævnets virke. Alkoholreklamenævnet fungerer som et meget fint samarbejde mellem erhvervs- og forbrugerinteresser, og Nævnet er i stand til at håndtere mange af de sager der opstår i forhold til markedsføring af alkohol over for børn og unge. Det er ikke tanken, at der skal ændres ved denne praksis. Det kan imidlertid konstateres, at det i en række grove overtrædelser ikke er tilstrækkeligt, at Alkoholreklamenævnet udtaler kritik. Det er de tilfælde, som reglerne i markedsføringsloven skal samle op på. Den foreslåede præcisering vil lette Forbrugerombudsmandens tilsyn med bestemmelsen over for erhvervsdrivende, der benytter alkohol eller andre rusmidler som virkemiddel i markedsføringen.

Der er endvidere flere hørings svar, der anfører, at der er behov for, at det i bemærkningerne til den foreslåede § 8, stk. 3, præciseres, hvornår en erhvervsdrivendes markedsføring - særligt i forhold til markedsføring på internettet - kan anses for at rette sig mod børn og unge under 18 år.

Formålet med bestemmelsen er, at markedsføringen på en hjemmeside fx vil blive anset for at rette sig mod børn og unge, og dermed være omfattet af den foreslåede § 8, stk. 3, hvis hjemmesiden "i sig selv eller qua markedsføringen af hjemmesiden eller centrale produkter fra hjemmesiden særligt henvender sig til børn og unge". Bestemmelsen omfatter således ikke reklamer på metrostationer, ved busstoppesteder og på stadions mv. Det samme gælder reklamer på fx Facebook og You Tube, da disse sociale medier ikke primært retter sig mod børn og unge. Det afgørende vil således være, om reklamerne bliver vist på et sted, der er indrettet særligt til børn og unge, fx skoler og fritidsklubber mv. Dette vil blive præciseret i lovbemærkningerne. Denne sontring gør sig ligeledes gældende i forhold til sponsorater.

Der er endvidere flere hørings svar, der anfører, at brugen af aldersfiltre til at afskære børn og unge fra at få adgang bør fremgå af lovbemærkningerne.

I praksis ses der forskellige eksempler på, at erhvervsdrivende benytter et aldersfilter til at afskære børn og unge fra at få adgang til den pågældende hjemmeside. Det følger af retspraksis, at sådanne filtre kan indgå i den samlede vurdering af, om en hjemmeside retter sig mod børn og unge.

Filtre, hvor der ikke foretages en eller anden form for kontrol af de afgivne oplysninger, kan efter regeringens opfattelse kun tillægges en be-

grænset betydning. I UfR.2005.2250S fastslog Sø- og Handelsretten således, at en informationsboks, som forbrugeren alene skulle klikke ”ok” til for at få adgang til den udbudte tjenesteydelse, og hvoraf det fremgik, at brugeren ikke måtte være under 18 år, ikke havde nogen værdi, når man blot kunne klikke videre, selvom man var under 18 år.

Et aldersfilter, hvor man f.eks. blot skal indtaste sin fødselsdato eller svare ”ja” eller ”nej” til, om man er over 18 år, men hvor der ikke sker nogen yderligere kontrol af oplysningerne, vil således normalt ikke være tilstrækkeligt til at antage, at den pågældende hjemmeside ikke retter sig mod børn og unge.

Dette vil komme til at fremgå af lovbemærkningerne.

Endelig henviser et enkelt hørings svar til, at bestemmelsen anses for at være i strid med direktivet om urimelig handelspraksis. Det er regeringens opfattelse, at bestemmelsen falder uden for direktivers anvendelsesområde, idet det fremgår af direktivets art. 3 (3), at direktivet ikke berører nationale bestemmelser vedrørende produkters sundheds- og sikkerhedsmæssige aspekter. Det fremgår endvidere af præambelens 9. betragtning, at ”medlemsstaterne vil således kunne opretholde eller indføre restriktioner og forbud vedrørende handelspraksis, der er begrundet i hensynet til forbrugernes sundhed og sikkerhed på deres område, uanset hvor den erhvervsdrivende er etableret, f.eks. i forbindelse med alkohol...”

Da forbuddet mod markedsføring af alkohol over for børn og unge under 18 år netop indføres af hensyn denne gruppes sundhed og sikkerhed ved at beskytte den mod unødigt eksponering af alkohol i en for tidlig alder falder den foreslåede bestemmelse uden for direktivets anvendelsesområde.

3.3. Udvidelse af Forbrugerombudsmandens processuelle beføjelser

3.3.1. Individuelle erstatningssøgsmål (forslaget § 1, nr. 5)

Dansk Erhverv støtter forslaget, men anfører, at bemærkningerne bør præciseres, således at det fremgår, at der ved Forbrugerombudsmandens vurdering af, om adgangen til at anlægge en individuel erstatningssag også skal indgå hensynet til erhvervsdrivende.

Danske Reklame- og Relationbureauers Brancheforening (DRRB) anfører, at Forbrugerombudsmanden allerede i dag kan optræde som grupperepræsentant på vegne af et (større) antal forbrugere med ensartede krav.

Det er ikke en naturlig opgave for Forbrugerombudsmanden at føre individuelle erstatningssager for enkeltpersoner.

Forbrugerombudsmanden anfører, at han er blevet opmærksom på, at håndhævelsesbeføjelserne efter betalingstjenestelovens § 97 synes at være utilstrækkelige, bl.a. i de tilfælde hvor en virksomhed ikke vil følge en kendelse fra Pengeinstitutankenævnet eller Teleankenævnet om fx indsigelsesretten ved uautoriserede betalinger m.v. eller de forbrugerbeskyttende ansvars- og hæftelsesregler i betalingstjenesteloven. Sådanne sager vil ofte rejse spørgsmål om tilbagebetaling eller erstatning, og i disse tilfælde vil påbudsbestemmelsen i § 97 efter Forbrugerombudsmandens opfattelse formentlig ikke være tilstrækkelig.

Det bør derfor efter Forbrugerombudsmandens opfattelse overvejes at give Forbrugerombudsmanden mulighed for at rejse sager om tilbagesøgning og erstatning ved domstolene i lighed med bestemmelsen i § 348 i lov om finansiel virksomhed og den foreslåede bestemmelse i markedsføringslovens § 27. Hermed vil der mere effektivt kunne følges op på afgørelserne i Pengeinstitutankenævnet og Teleankenævnet i sager om anvendelse af betalingsinstrumenter, som Forbrugerombudsmanden fører tilsyn med.

Præsidenten for Sø- og Handelsretten støtter, at Forbrugerombudsmanden får mulighed for at anlægge individuelle erstatningssager efter markedsføringslovens § 20, stk. 2-4, og bemærker, at sådanne sager som hovedregel vil skulle anlægges ved Sø- og Handelsretten.

Realkreditrådet mener, at forbrugere er langt bedre stillet ved at få behandlet erstatningskrav ved de private ankenævn, som er hurtigere og mere effektive end domstolene. Realkreditrådet er tøvende over for at give Forbrugerombudsmanden mulighed for at anlægge individuelle erstatningssager ved domstolene og foreslår, at det som altovervejende hovedregel først sker, hvis forbrugeren ikke har fået medhold ved et ankenævn.

Kommentarer

Et høringssvar foreslår, at bemærkninger til lovforslaget bør præciseres, således at det fremgår, at der ved Forbrugerombudsmandens vurdering af, om adgangen til at anlægge individuel erstatningssag også skal indgå hensynet til erhvervsdrivende.

Hertil kan anføres, at der ikke i markedsføringslovens § 28 om erstatningssøgsmål er et tilsvarende krav om, at hensynet til erhvervsdrivende skal indgå i Forbrugerombudsmandens vurdering. Det vil derfor kunne give anledning til fortolkningstvivl, hvis et sådant krav kommer til at fremgå af bemærkningerne til den foreslåede bestemmelse. Dertil kommer, at det følger af markedsføringslovens § 22, at Forbrugerombudsmanden fører tilsyn med markedsføringslovens regler navnlig under hensyn til forbrugerne.

Det bliver endvidere anført, at forbrugere er langt bedre stillet ved at få behandlet erstatningskrav ved de private ankenævn, som er hurtigere og mere effektive end domstolene, og det foreslås, at det der som altovervejende hovedregel først bliver anlagt individuelle erstatningssager, hvis forbrugeren ikke har fået medhold ved et ankenævn.

På det finansielle område, hvor Forbrugerombudsmanden allerede i dag har mulighed for at anlægge individuelle erstatningssøgsmål, anlægges der som overvejende hovedregel først individuelle erstatningssøgsmål, hvis forbrugeren ikke har fået medhold ved et privat ankenævn. Der vil dog være situationer, hvor det ikke er hensigtsmæssigt at lade en sag behandle ved et privat ankenævn. Det vil fx være tilfældet, hvor alt peger på, at virksomheden ikke vil efterleve ankenævnets afgørelse.

Endelig bliver det anført, at håndhævelsesbeføjelserne efter betalingstjenestelovens § 97 synes at være utilstrækkelige, da sådanne sager vil ofte rejse spørgsmål om tilbagebetaling eller erstatning, og at påbudsbestemmelsen i § 97 formentlig ikke vil være tilstrækkelig. Der vil på den baggrund blive tilføjet en bestemmelse til lovforslaget der ændrer betalingstjenestelovens § 97, således at Forbrugerombudsmanden fremover kan anlægge retssager på baggrund af bestemmelsen.

3.3.2. Administrative bøder (forslagets § 1, nr. 9)

Advokatrådet finder ikke, at der knytter sig afgørende retssikkerhedsmæssige betænkeligheder ved forslaget og tilslutter sig derfor forslaget.

Dansk Erhverv finder, at det er positivt for virksomhederne med en smidigere forretningsgang, der kan slutte sagerne hurtigt, nemlig så snart Forbrugerombudsmanden og virksomheden er blevet enige.

Dansk Erhverv er dog betænkelig ved lovforslagets begrænsede muligheder for at udøve skøn over bødens størrelse, da det ikke vil være hverken

muligt eller hensigtsmæssigt at opstille et præcist bødekatalog. Hvis det gøres for vanskeligt at lave et skøn, vil muligheden for administrative bøder ikke blive brugt ret mange gange.

Dansk Erhverv er imod, at man i mangel af en klar praksis anlægger ”et passende antal prøvesager”, idet det ikke skal være en prioritet for embedet at afklare retspraksis på områder af så ringe praktisk betydning, at der ikke endnu er en fast praksis.

Danske Reklame- og Relationsbureauers Brancheforening og Danske Medier tilslutter sig ønsket om en hurtigere sagsbehandling, men finder, at bemyndigelsen til at udstede administrative bødeforlæg alene bør gives, hvor der foreligger en meget klar praksis og ikke mindst bredt kendskab til bødeudmålingens størrelse og beregning. Dette er alene tilfældet ved overtrædelser af spam-forbuddet i § 6, hvor antallet af sager og en klar og offentliggjort beregningsmodel har medført, at der ikke er tvivl om sanktionsniveauet. Danske Medier kan derfor kun tilslutte sig, at bestemmelsen finder anvendelse på overtrædelser af spam-forbuddet.

Forbrugerombudsmanden anfører, at relativt mange sager om strafbelagte overtrædelser af markedsføringsloven kan afsluttes med administrative bøder. Der er mange eksempler på, at erhvervsdrivende har erkendt det strafbare forhold og erklæret sig villig til at betale en bøde. Men i dag skal også tilståelsessager overgives til politiet (anklagemyndigheden). Det er uhensigtsmæssigt for både anklagemyndigheden og Forbrugerombudsmanden, men også for de erhvervsdrivende, som er rede til at afslutte en sag med en bødevedtagelse.

Landbrug og Fødevarer finder, at udstedelsen af administrative bødeforelæg grundlæggende er forbundet med retssikkerhedsmæssige forringelser for borgere og virksomheder, idet en administrativ bøde fx ikke betragtes som en afgørelse og derfor ikke kan påklages til en overordnet myndighed. Det er derfor nødvendigt med et klart katalog over bødeniveauet, således at modtageren af et bødeforelæg har mulighed for at gøre sig bekendt med, hvordan en konkret overtrædelse straffes.

Kommentarer

Det anføres i hørings svarene, at udstedelse af administrative bøder er forbundet med retssikkerhedsmæssige forringelser, og at det under alle omstændigheder alene bør være en mulighed i forbindelse med spamsager.

Det kan oplyses, at kompetencen til at udstede administrative bøder alene gælder ved åbenbare og objektivt konstaterbare overtrædelser, hvor bødeudmålingen er fastsat via retspraksis.

Ved at give Forbrugerombudsmanden mulighed for at udstede administrative bøder i rene tilståelsessager, gives de erhvervsdrivende samtidig mulighed for at få en sag afsluttet smidigere og hurtigere end tilfældet er i dag. Retssikkerhedsmæssigt er de erhvervsdrivende tilgodeset ved, at de både skal erklære sig enig i overtrædelser og bødens størrelse. Hvis ikke de kan erklære sig enig i begge dele, vil sagen som i dag overgå til almindelig domstolsprøvelse.

3.3.3. Rettergangsfuldmægtige – Forbrugerombudsmandens adgang til at give møde i retten (forslagets § 2)

Domstolsstyrelsen og Danske Advokater bemærker i tilknytning til Vestre Landsrets hørings svar, at en lovændring på dette område forudsætter grundige overvejelser på grund af de væsentlige hensyn, der ligger bag de gældende regler om, hvem der er berettiget til at give møde for parter i retssager, og at disse overvejelser bør gengives i bemærkningerne.

Forbrugerombudsmanden finder, at juridiske medarbejdere hos Forbrugerombudsmanden af ressourcemæssige grunde også bør have mulighed for at give møde i mandatarsager såvel ved byretterne som landsretterne og Sø- og Handelsretten. Den adgang har juridiske medarbejdere hos Forbrugerombudsmanden i dag i sager, hvor Forbrugerombudsmanden er part og optræder i eget navn.

Præsidenten for Vestre Landsret og Danske Advokater bemærker, at retsplejelovens § 260, stk. 6, indebærer en lempelse af advokaters møderetsmonopol for så vidt angår adgangen til at repræsentere en mandatar ved møde i byretten, og at det fremgår af forarbejderne, at lempelsen ikke omfatter sager ved landsretterne, Sø- og Handelsretten og Højesteret, da behandlingen af disse sager findes at stille særlige krav til en høj og kvalificeret bistand fra partsrepræsentanterne.

Præsidenten for Vestre Landsret på denne baggrund ikke, at det kan anbefales, at den foreslåede adgang til at tillade ansatte i Forbrugerombudsmandens sekretariat at møde for en part i sager, hvor Forbrugerombudsmanden er mandatar, udstrækkes til at gælde også for landsretterne.

Kommentarer

Det anføres i et høringsvar, at forslaget indebærer en lempelse af advokaters møderetsmonopol for så vidt angår adgangen til at repræsentere en mandatar ved møde i byretten, og at det fremgår af forarbejderne til den gældende § 260, stk. 6, at lempelsen ikke omfatter sager ved landsretterne, Sø- og Handelsretten og Højesteret, da behandlingen af disse sager findes at stille særlige krav til en høj og kvalificeret bistand fra partsrepræsentanterne.

På baggrund heraf præciseres det i bestemmelsens ordlyd, at mødeadgangen i mandatarsager ved landsretterne og Sø- og Handelsretten alene gælder for juridiske medarbejdere, der har møderet for landsretterne og Sø- og Handelsretten, jf. retsplejelovens § 133.

3.4 Forbrugerombudsmandens adgang til at påbyde den erhvervsdrivende at oplyse om forældelse (forslagets § 1, nr. 6 og 7)

Dansk Erhverv, Finansrådet, Realkreditforeningen og Realkreditrådet anfører, at det følger af § 3, stk. 2, i forældelsesloven, at ved ukendskab til kravets eksistens regnes forældelsesfristen først fra det tidspunkt, hvor kreditor kendte eller burde kende sit krav. Lovforslaget synes derfor overflødig.

Finansrådet, Landbrug & Fødevarer, Realkreditforeningen og Realkreditrådet anfører, at Forbrugerombudsmanden allerede i dag har en række retsmidler, som har til formål at sikre forbrugerne mod retstab. Hvis Forbrugerombudsmanden har kendskab til en kundegruppe, som har et eventuelt krav mod en virksomhed, hvor forældelse er nært forestående, kan Forbrugerombudsmanden udsende en pressemeddelelse og gøre opmærksom herpå på sin hjemmeside og anføre, hvad forbrugerne skal foretage sig for at afbryde forældelsen. Pressemedierne vil viderebringe oplysningerne, hvorved forbrugerne bliver orienteret.

Dansk Byggeri, Dansk Energi og Fødevarer & Landbrug anfører, at det bør være Forbrugerombudsmanden, der påtager sig at informere om forhold, som Forbrugerombudsmanden angiveligt bliver bekendt med, frem for at pålægge de erhvervsdrivende at informere om oplysninger vedrørende forbrugeres risiko for at lide retstab.

Dansk Erhverv anfører i tilknytning hertil, at Forbrugerombudsmanden kan anlægge retssag er på vegne af en gruppe med samme eller ensartede krav (gruppesøgsmål), således at kun de forbrugere, der melder sig ud af gruppen, ikke er part i søgsmålet (opt-out). Da en dom afbryder forældelsen, vil også de forbrugere, der er i uvidende om deres krav, få afbrudt forældelsen af deres krav gennem dommen. Dansk Erhverv finder på den

baggrund, at lovforslaget savner en rimelig begrundelse for dets nødvendighed.

Finansrådet, Realkreditforeningen og Realkreditrådet anfører, at forslaget introducerer et ukendt princip i dansk ret om, at virksomheder skal rådgive deres kunder om muligheden for at gøre et krav gældende mod virksomheden selv.

Håndværksrådet og Dansk Energi anfører, at forslaget forsøger at ændre på forældelseslovens regler og konsekvenser ved at indføre en strafsanktioneret pligt for erhvervsdrivende til at informere forbrugere om gældende dansk lovgivning, som i alle andre sammenhænge forventes kendt af alle. Forældelsesloven er udformet helt bevidst med den konsekvens, at visse krav forældes, hvis ikke rettighedshaveren reagerer inden forældelse indtræder. Det var et bevidst valg, at Folketinget vedtog, at der ikke skulle indføres regler om adgang til suspension af forældelsesfristerne ved fordringshavers retsvildfarelse. Man bevarede derved den i retspraksis udviklede yderst begrænsede adgang til at tillægge retsvildfarelse suspensionsvirkning for forældelsesfrister.

Håndværksrådet anfører dertil, at bestemmelsen fører ansvaret for forbrugers eventuelle retsvidenighed eller retsvildfarelse over på den erhvervsdrivende, som med et påbud bliver pålagt den opgave reelt at informere sine egne kunder om, at de sandsynligvis kan gøre krav, herunder eventuelt et erstatningskrav, gældende mod den erhvervsdrivende.

Dansk Energi anfører endvidere, at der er tale om et på alle måder uhenigtsmæssigt lovforslag, som udstiller forbrugeren som svag og uden evne til egen tankevirksomhed. Forslaget kan derfor alene ses som et udtryk for lovgivers maniske trang til at udstede et væld af retsregler som udslag af misforstået godhed.

Dansk Energi foreslår, at den påtænkte påbudsadgang opgives helt, men at der i stedet indføres en nærmere defineret adgang for Forbrugerombudsmanden til i særlige typer af sager og altid med en konkret begrundelse at udvide (forlænge) forældelsesfristen for konkret berørte forbrugers eventuelle krav mod den pågældende erhvervsdrivende fra 3 år til fx 5 år.

Dansk Byggeri, Finansrådet, Realkreditforeningen og Realkreditrådet finder, at hverken bestemmelseernes ordlyd eller bemærkningerne klart fastlægger, hvilke forpligtelser de erhvervsdrivende pålægges med forslaget.

Der mangler klare kriterier for, hvad ”relevante kunder” er, i forhold til spørgsmålet om, hvad der er ”lignende sager, ligesom det ikke fremgår, hvad konsekvensen er, hvis virksomheden ikke får identificeret de ”re-

levante kunder”. Dertil kommer, det er uklart, hvilke oplysninger en virksomhed kan pålægges at give.

Dansk Byggeri anfører, at det ikke fremgår, hvor langt den erhvervsdrivende skal gå for at skaffe sig kontaktoplysninger på kunder, eller hvordan en erhvervsdrivende skal forholde sig, hvis en kunde er flyttet eller har transporteret sit krav til tredjemand.

Dansk Erhverv og Dansk Industri anfører i tilknytning hertil, at mange virksomheder ikke har kontaktoplysninger på deres kunder – det gælder især ved handel med varer – og at det bør fremgå af lovforslaget, at det ofte vil være umuligt for en virksomhed at identificere, hvem en køber.

Dansk Industri og Danske Medier finder, at det er nødvendigt at drøfte det nærmere omfang af informationspligten, idet det kan blive ressourcemæssigt krævende i forhold til at identificere de relevante kunder og i forhold til at udarbejde informationsmateriale. Informationspligten bør kun finde anvendelse på de kunder, som den erhvervsdrivende forholdsvis let kan identificere. Kravet om at informationen gives direkte og individuelt, bør uddybes i bemærkningerne med præcisering af, hvilke fremgangsmåder der vil blive anset som tilstrækkelige.

Dansk Byggeri, Finansrådet, Realkreditforeningen og Realkreditrådet anfører videre, at forslaget mangler klare rammer for det skøn, som Forbrugerombudsmanden forudsættes at foretage efter bestemmelsen, hvorved Forbrugerombudsmanden overlades en meget vidtrækkende skønsmæssig beføjelse. Ifølge forslaget er det Forbrugerombudsmanden, der afgør, hvornår der er behov for at meddele et påbud. Der bør angives klare regler for, hvornår denne kompetence kan udnyttes; fx ved at angive sagstyper og bagatelgrænser.

Dansk Byggeri anfører hertil, at det som minimum bør præciseres, at Forbrugerombudsmandens kompetence er afgrænset til tilfælde, hvor der verserer en konkret sag om samme problemstilling, og det bør samtidig være betingelse, at den erhvervsdrivende har adgang til oplysningerne i den konkrete sag. Derved vil den erhvervsdrivende kunne foretage en saglig vurdering af, om der reelt vil være risiko for, at den erhvervsdrivendes kunder udsættes for risiko for at lide retstab som følge af en forældelsesindsigelse.

Dansk Erhverv anfører, at der ikke med lovforslaget er taget stilling til, hvilke eventuelle erstatningsretlige følger m.v. i forholdet mellem en forbruger og den erhvervsdrivende det vil få, hvis den erhvervsdrivende ikke imødekommer påbuddet, eller hvis han decideret fejlinformerer forbrugeren om dennes retsstilling, være sig i god eller ond tro.

Dansk Industri bemærker, at det af forslaget fremgår, at bestemmelsen kun skal gælde, hvis Forbrugerombudsmanden ikke ved en ”forhandling”

har kunnet formå virksomheden til at indgå en aftale om forældelsen. DI mener, at dette vil give Forbrugerombudsmanden et stærkt kort på hånden, der ikke vil levne virksomheden noget valg. Virksomheden kan enten sige ja til en suspensionsaftale eller imødesee et pålæg.

Danske Medier kan tilslutte sig, at påbuddet kan anvendes i sager, hvor en forbruger i et lignende aftaleforhold har fået anerkendt sit krav ved enten domstolene eller et relevant klagenævn, eller hvor Forbrugerombudsmanden har anlagt en sag eller er indtrådt i en sag ved domstolene om det pågældende krav. Foreligger der ikke en dom eller klagenævnsafgørelse eller er anlagt en konkret sag ved domstolene i et lignende aftaleforhold, mener Danske Medier, at Forbrugerombudsmanden – ligesom i dag – kan anvende muligheden for at indgå en generel aftale om forældelse indbefattende alle med lignende krav.

Dansk Industri, Finansrådet, Håndværksrådet, Landbrug & Fødevarer, Realkreditforeningen og Realkreditrådet anfører, at en fastsættelse af fængselsstraf ved tilsidesættelse af et påbud efter bestemmelsen er ude af proportioner.

Dansk Byggeri, Danske Medier Dansk Industri og Landbrug & Fødevarer anfører, at der er tale om et meget indgribende forslag, der vil få store administrative og økonomiske konsekvenser for de erhvervsdrivende, der bliver omfattet af reglerne. Det vil være en stor byrde for den enkelte erhvervsdrivende at sende informationer ud til kunderne, selv i de tilfælde, hvor den erhvervsdrivende ligger inde med kontaktoplysninger. Det foreslås, at der foretages konsekvensberegninger af forslaget og at disse udsendes til høringsparterne.

Dansk Erhverv finder, at det savner proportionalitet at pålægge alle virksomheder en informationspligt, blot fordi der er anlagt en prøvesag mod en anden virksomhed om en kontrakt, der muligvis er den samme.

Kommentarer

Det anføres i flere høringssvar, at det følger af § 3, stk. 2, i forældelsesloven, at ved ukendskab til kravets eksistens, regnes forældelsesfristen først fra det tidspunkt, hvor kreditor kendte eller burde kende sit krav. Lovforslaget synes derfor uden begrundelse.

Med den foreslåede bestemmelse i § 27a om informationspligt om forældelse ændres der ikke ved forældelsesreglerne, herunder det tidspunkt hvorfra forældelsesfristen regnes. Bestemmelsen sigter derimod at afhjælpe den mangel på information, der kan opstå, fordi forbrugeren ikke har kendskab til, hvad der kræves for at afbryde forældelsen eller til en klagenævnsafgørelse mv. vedrørende et lignende krav, og derfor risikerer at lide et retstab. Ukendskab til sådanne forhold medfører ikke suspensi-

on efter forældelseslovens § 3, stk. 2, hvorfor der kan være behov for at sikre, at information herom når ud til de berørte forbrugere.

I flere hørings svar peges der på, at Forbrugerombudsmanden allerede i dag har flere virkemidler, som har til formål at sikre forbrugerne mod retstap. Fx anføres det, at hvis Forbrugerombudsmanden har kendskab til en kundegruppe, som har et eventuelt krav mod en virksomhed, hvor forældelse er nært forestående, kan Forbrugerombudsmanden allerede i dag udsende en pressemeddelelse og anføre, hvad forbrugerne skal foretage sig for at afbryde forældelsen. Det vil derfor være mere nærliggende, hvis det er Forbrugerombudsmanden, der påtager sig at informere om de relevante forhold.

Til det kan anføres, at Forbrugerombudsmanden normalt ikke vil have kendskab til en specifik kundegruppe, som kan have lidt et retstap, og kan derfor ikke sikre, at de relevante forbrugere får kendskab til deres mulige krav. De praktiske erfaringer har vist, at de virkemidler, Forbrugerombudsmanden i dag råder over, ikke er tilstrækkelige. Forbrugerombudsmanden sendte to pressemeddelelser ud i 2010 og 2011 på baggrund af en konkret sag, der også fik meget omtale i pressen. Det viste sig senere, at pressemeddelelsen havde en meget begrænset effekt, idet et meget stort antal forbrugere, som havde et muligt krav, på trods af meddelelsen ikke havde foretaget sig noget aktivt for at afbryde forældelsen.

I forbindelse med en konkret sag, vil udgangspunktet for Forbrugerombudsmanden være, at der først søges opnået en løsning ved forhandling med den erhvervsdrivende. Hvis der ikke kan opnås et tilfredsstillende resultat, vil den foreslåede bestemmelse blive bragt i anvendelse. Dette vil blive præciseret nærmere i bemærkningerne.

Flere hørings svar peger på, at forslaget introducerer et ukendt princip i dansk ret om, at virksomheder skal rådgive deres kunder om muligheden for at gøre et krav gældende mod virksomheden selv. Andre peger på, at forslaget søger at ændre på forældelseslovens regler og konsekvenser ved at indføre en strafsanktioneret pligt for erhvervsdrivende til at informere forbrugere om gældende dansk lovgivning, som i alle andre sammenhænge forventes kendt af alle. Med den foreslåede bestemmelse forsøges ansvaret for forbrugerens eventuelle retsvidenighed eller retsvildfarelse lagt over på den erhvervsdrivendes skuldre, som med et påbud bliver pålagt den opgave reelt at informere sine egne kunder om, at de sandsynligvis kan gøre krav, herunder eventuelt et erstatningskrav, gældende mod ham.

Lovforslaget ændrer ikke på forældelseslovens regler, herunder på hvordan man fastlægger det tidspunkt, hvorfra forældelsesfristen regnes, men skal alene sikre, at forbrugeren bliver informeret om, at de muligvis har en fordring, der kan forældes, hvis de ikke reagerer.

Den erhvervsdrivende har derudover altid mulighed for at indgå en aftale om forældelse (suspensionsaftale) med Forbrugerombudsmanden. Muligheden for at udstede påbud, vil først blive bragt i anvendelse, hvis en løsning gennem forhandling ikke lykkes.

Der peges i enkelte høringsvar på, at Forbrugerombudsmanden i dag kan anlægge gruppesøgsmål på vegne af en gruppe med samme eller ensartede krav, således at kun de forbrugere, der melder sig ud af gruppen, ikke er part i søgsmålet (opt-out modellen). Da en dom afbryder forældelsen, vil også de forbrugere, der er i uvidende om deres krav, få afbrudt forældelsen af deres krav gennem dommen.

Et gruppesøgsmål er meget ressourcetungt og mere indgribende for virksomheden, end det foreslåede retsmiddel. Det kan endvidere bemærkes, at en forudsætning for at anvende opt-out modellen (hvor en forbruger skal melde sig ud af gruppen, for ikke automatisk at være part i søgsmålet) i forbindelse med et gruppesøgsmål er, at det enkelte krav højst må udgøre 2.000 kr. En opt-out løsning vil derfor sjældent være anvendelig i praksis. Opt-out muligheden har hidtil ikke været anvendt.

Flere høringsvar anfører, at det ikke fremgår klart, hvilke forpligtelser de erhvervsdrivende pålægges med forslaget. Der mangler klare kriterier for, hvad "relevante kunder" er, hvad "lignende sager" er, hvad konsekvensen er, hvis virksomheden ikke får identificeret de "relevante kunder". Dertil kommer, det er uklart, hvilke oplysninger en virksomhed kan pålægges at give.

Der peges derudover på, at det ikke fremgår, hvor langt den erhvervsdrivende skal gå for at skaffe sig kontaktoplysninger på kunder, eller hvordan en erhvervsdrivende skal forholde sig, hvis en kunde er flyttet eller har transporteret sit krav til tredjemand. Endelig peges der på, at mange virksomheder ikke har kontaktoplysninger på deres kunder.

De nævnte kriterier vil blive præciseret yderligere i bemærkningerne. Det vil bl.a. blive præciseret, at bestemmelsen typisk kun vil finde anvendelse i de kundeforhold, hvor der er et løbende kontraktsforhold og ikke i tilfælde, hvor der er tale om enkeltstående køb, da man herved typisk ikke vil få de nødvendige oplysninger.

Derudover vil det blive præciseret, at bestemmelsen forudsætter, at den erhvervsdrivende faktisk har det fornødne kendskab til sine kunder eller let og uden uforholdsmæssige omkostninger vil kunne indhente kundeoplysninger.

Dertil kommer, at bestemmelsen ikke vil blive anvendt i situationer, hvor der ikke er proportionalitet. Det vil således forudsætte, at der i en konkret sag vurderes at være en rimelig høj risiko for, dels at der er et retskrav,

og dels at der vil indtræde forældelse heraf, hvorved muligheden for at gøre kravet gældende afskæres.

Der peges derudover i flere hørings svar på, at Forbrugerombudsmanden overlades en meget vidtrækkende skønsmæssig beføjelse. Der bør angives klare regler for, hvornår denne kompetence kan udnyttes; fx ved at angive sagstyper og bagatelgrænser.

Der vil være tale om et skøn i den konkrete situation. Forbrugerombudsmanden er en offentlig myndighed og derfor underlagt et saglighedskrav, ligesom en proportionalitetsgrundsætning vil indgå i skønnet.

Flere hørings svar anfører, at forslaget vil være meget byrdefuldt for den erhvervsdrivende.

I forbindelse med en konkret sag, vil udgangspunktet for Forbrugerombudsmanden være, at der først søges opnået en løsning ved forhandling med den erhvervsdrivende. Virksomheden vil således altid have mulighed for at indgå en suspensionsaftale, der ikke vil kræve ressourcer. Hvis der ikke kan opnås et tilfredsstillende resultat, vil Forbrugerombudsmanden først herefter benytte muligheden for at meddele et påbud.

Det anføres i flere hørings svar, at det er ude af proportioner, at manglende overholdelse af bestemmelsen kan medføre fængselsstraf i op til 4 måneder.

§ 30, stk. 1, i markedsføringsloven er en generel regel om sanktionering af overtrædelser. Det vil blive præciseret i bemærkningerne, at det forudsættes, at manglende overholdelse af bestemmelsen vil medføre bødestraf.

4. Oversigt over hørte organisationer og myndigheder m.v.

Hørte parter

Advokatrådet

Arbejderbevægelsens Erhvervsråd

Arbejdsmarkedets Tillægspension

Børsmæglerforeningen, CEPOS – Center for politiske studier

Copenhagen Business School

Dansk Venturekapital- og Private Equity Forening

Danmarks Nationalbank

Danmarks Rederiforening

Danmarks Skibskredit A/S

Dansk Aktionærforening

Dansk Arbejdsgiverforening

Dansk Autoriseret Markedsplads A/S

Dansk Byggeri

Dansk Ejendomsmæglerforening

Dansk Erhverv

Dansk Erhvervsgartnerforening

DI
Dansk Investor Relations Forening – DIRF
Dansk IT Sikkerhedsforum
Dansk Iværksætterforening
Dansk Landbrugsrådgivning – Videnscentret for Landbrug
Dansk Management Råd
Dansk Told- og Skatteforbund
Danske Advokater
Danske Forsikringsfunktionærers Landsforening
Danske maritime, Danske Regioner
De Samvirkende Købmandsforeninger (DSK)
Den Danske Aktuarforening
Den Danske Finansanalytikerforening
Den Danske Fondsmæglerforening
Den Danske Skatteborgerforening
Det Kooperative Fællesforbund
Det Økonomiske Råds Sekretariat
Finansforbundet
Finansrådet
Finanssektorens Arbejdsgiverforening
Forbrugerombudsmanden
Forbrugerrådet
Foreningen af interne revisorer
Foreningen af J. A. K. Pengeinstitutter
Foreningen Danske Revisorer
Forsikring & Pension
FSR – Danske Revisorer
Funktionærernes og Tjenestemændenes Fællesråd
Garantifonden for indskydere og investorer
Grønlands Selvstyre
Handelshøjskolen Århus
HK Handel
Håndværksrådet
Ingeniørforeningen i Danmark
InvesteringsForeningsRådet
IT-branchen
Kommunekredit
Kommunernes Landsforening (KL)
Kommunernes Revision
Kuratorforeningen
Københavns Universitet
Landbrug & Fødevarer
Landsorganisationen i Danmark
Ledernes Hovedorganisation
Liberale Erhvervs Råd
Lokale Pengeinstitutter

Lønmodtagernes Dyrtdsfond
Moderniseringsstyrelsen
Nasdaq OMX Copenhagen
NETS Denmark A/S
Realkreditforeningen
Realkreditrådet
Regionale Bankers Forening
Regnskabsrådet
REVIFORA - foreningen for revision, økonomi og ledelse
Revisortilsynet
Rigsrevisionen
Revisorkommissionen
Roskilde Universitetscenter
Sammenslutningen Danske Andelskasser
SRF Skattefaglig Forening
Statsadvokaturen for særlig økonomisk kriminalitet
Statsministeriet
Syddansk Universitet
Telekommunikationsindustrien i Danmark
Værdipapircentralen
Aalborg Universitet
Århus Universitet.

Følgende organisationer, foreninger m.v. har haft bemærkninger til lovforslaget: (8)

Danmarks Rederiforening
Dansk Aktionærforening
Dansk Told- og Skatteforbund
Danske Advokater
DI – Organisation for erhvervslivet
FSR – Danske Revisorer
Statsadvokaten For Særlig Økonomisk Kriminalitet
VP Securities A/S

Følgende organisationer, foreninger m.v. har afgivet hørings svar uden bemærkninger: (12)

Dansk Venturekapital- og Private Equity Forening
Finansrådet
Finanssektorens Arbejdsgiverforening
Forbrugerombudsmanden
Forbrugerrådet
Københavns Universitet
Landbrug & Fødevarer
Rigsrevisionen
Roskilde Universitet

SRF Skattefaglig Forening
Syddansk Universitet
Aalborg Universitet