



Erhvervsudvalget

MINISTEREN

28. november 2005

Erhvervsudvalget har med brev af 10. november 2005 anmodet om min besvarelse af følgende af spørgsmål:

Ad L 13 - spørgsmål 9:

”Spørgeren ønsker vedr. forbud om ophørsudsalg en kommentar til et ”Forslag om forbud mod at afholde ophørsudsalg i mere end 3 måneder” samt en redegørelse for, hvad der gælder i dag, og hvilke overvejelser regeringen har haft – herunder hvorfor et sådan forbud ikke er med i lovforslaget.”

Svar:

Markedsføringsloven indeholder ikke i dag specifikke regler om afholdelse af ophørsudsalg. Der findes heller ikke specifikke regler om andre former for markedsføring om pris, tilbud og udsalg. Sådanne former for markedsføring er i stedet reguleret af lovens generalklausul om god markedsføringsskik i § 1 og det generelle forbud mod vildledning og utilbørlige fremgangsmåder i § 2. Overtrædelser af § 2 er strafbelagt og kan straffes med bøde.

Der findes en righoldig retspraksis om prismarkedsføring, herunder afholdelse af ophørsudsalg. Denne retspraksis og Forbrugerombudsmandens egen praksis er samlet i vejledningen ”Prismarkedsføring” fra 2002.

Det fremgår af vejledningen, at der ikke må tilføres nye varer til et ophørsudsalg. Varer, som man har bestilt hjem, før ophørsudsalget begyndte, og som man er forpligtet til at modtage, må dog sælges under ophørsudsalget. Der kan ikke fastsættes en absolut frist for, hvor længe man må afholde ophørsudsalg, men dette reguleres naturligt af, at der ikke må tilføres nye varer. Udsalget vil slutte af sig selv, når varelageret er solgt, eller der er så få varer tilbage, at det ikke kan betale sig at opretholde en butik.

Spørgsmålet om at indføre et specifikt forbud mod at afholde ophørsudsalg i mere end 3 måneder har været behandlet i Markedsføringsudvalget. Her stillede et stort flertal i udvalget sig tvivlende over for, om et specifikt forbud vil føre til en klarere retstilstand end i dag, hvor vildledende brug af ophørsudsalg allerede er omfattet af markedsføringslovens vildledningsforbud.

Man pegede samtidig på, at misbrug af ophørsudsalg kun er en lille del af problemet med vildledende brug af udsalgsbegrebet. Tilsvarende problemer kendes i forbindelse med udsalg eller tilbud i forbindelse med flytninger, ”fødselsdage” etc.. Man satte derfor spørgsmålstejn ved, om den foreslåede regel ville gøre den store forskel i praksis. På den baggrund, og da det ville være i modstrid med det generelle ønske om at forenkle og afbureaukratisere loven, afviste man forslaget.

Jeg er enig med udvalgets flertal i deres vurdering af, at der ikke er et reelt behov for at indsætte et forbud i markedsføringsloven og har derfor ikke medtaget et sådant forbud i lovforslaget. Jeg har i den forbindelse også lagt vægt på, at det, ud over de grunde Markedsføringsudvalget har anført, også kan være uheldigt med en arbitrær grænse på 3 måneder, idet det indenfor visse brancher kan være vanskeligt at realisere et restlager inden for en bestemt tidsfrist.

Lars Barfoed

/Malene Linderoth