

## IMMATERIALRET

Nr. 1 | Januar 2010

## Indhold

- 1 Nye retningslinier for grøn markedsføring og prismarkedsføring fra Forbrugerombudsmanden
- 2 Nye muligheder for tvangsfuldbyrdelse af klagenævnsafgørelser
- 3 Udvidelse af forbrugeraftalelovens anvendelsesområde og kortere bindingsperiode i en række forbrugeraftaler
- 4 Citatret og pligt til kildeangivelse i tv-produktioner
- 5 Plesner-seminar om de seneste ændringer indenfor markedsføringsretten

Plesner-seminar den 3. februar 2010  
om de seneste ændringer indenfor  
markedsføringsretten

Læs mere i dette nummer



## 1 Nye retningslinier for grøn markedsføring og prismarkedsføring fra Forbrugerombudsmanden

Af advokat **Michael Hopp** og advokatfuldmægtig **Stine Mangor Svendsen**



*Nye retningslinier fra Forbrugerombudsmanden er på vej.*

Forbrugerombudsmanden har i november 2009 udsendt udkast til retningslinier for grøn markedsføring.

Retningslinierne vedrører miljømæssige og etiske påstande i erhvervsdrivendes markedsføring, dvs. brugen af oplysninger, symboler, mærkeordninger mv. i erhvervsdrivendes markedsføring, som signalerer, at erhvervsdrivende udviser særligt etiske, sociale eller miljømæssige hensyn. Som et eksempel på indholdet af retningslinierne kan nævnes, at brugen af miljøpåstande i erhvervsdrivendes markedsføring kræver, at det klart og tydeligt fremgår, om miljøpåstandene gælder for hele virksomheden, for et produktsortiment eller kun for et enkelt produkt.

I december 2009 udstedte Forbrugerombudsmanden også nye detaljerede retningslinier for prismarkedsføring, som træder i kraft den 1. marts 2010.

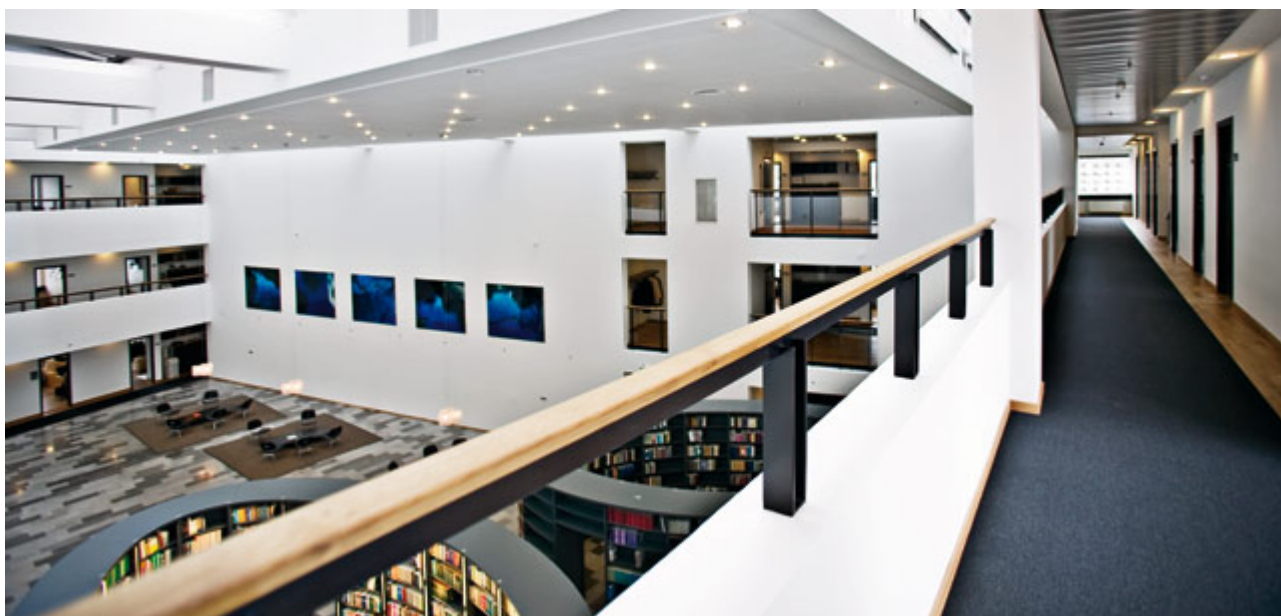
Retningslinierne har været forhandlet med en række danske branche- og forbrugerorganisationer.

I hovedtræk fastlægger retningslinierne rammerne for erhvervsdrivendes sammenligning af egne tidligere priser og andre erhvervsdrivendes priser og prisniveau. De indeholder også regler for brugen af slagtilbud og salgsfremmende udtryk, f.eks. udtryk som "kun", "chok-pris" mv., udsalg og ophørsudsalg, og prisgarantier.

Forbrugerombudsmanden har meddelt, at når retningslinierne er trådt i kraft, vil han gennemføre en håndhævelseskampagne, for at sikre at retningslinierne for prismarkedsføring overholdes.

## 2 Nye muligheder for tvangsfuldbyrdelse af klagenævnsafgørelser

Af advokat **Michael Hopp** og advokatfuldmægtig **Karen Møller-Petersen**



*Fra 1. januar 2010 er der mulighed for at tvangsfuldbyrde afgørelser fra Forbrugerklagenævnet og andre godkendte, private klage- og ankenævn.*

I juni 2009 vedtog Folketinget en række ændringer af retsplejeloven og lov om forbrugerklager, der fastlægger Forbrugerklagenævnets kompetence.

Disse ændringer medfører som noget helt nyt, at afgørelser fra Forbrugerklagenævnet og andre godkendte, private klage- og ankenævn kan tvangsfuldbyrdes af fogedretten. Dette vil gælde for klager, der indgives efter 1. januar 2010, og altså ikke for klager, der er indgivet før denne dato, selvom de er afgjort efter 1. januar 2010.

Hvis en erhvervsdrivende taber en klagesag hos, f.eks., Forbrugerklagenævnet, men ikke ønsker at være bundet af afgørelsen, skal den erhvervsdrivende inden 30 dage

fra nævnets forkyndelse af afgørelsen skriftligt meddele nævnet dette. Giver den erhvervsdrivende ikke denne meddelelse, kan afgørelsen tvangsfuldbyrdes overfor vedkommende, som om det var en endelig dom.

I forbindelse med disse nye tiltag er der i november 2009 fremsat lovforslag om yderligere ændringer af lov om forbrugerklager. Disse ændringer skal give Forbrugerstyrelsen, som Forbrugerklagenævnet er en del af, mulighed for at dække forbrugeres udgifter i forbindelse med et efterfølgende sagsanlæg ved domstolene. De foreslåede ændringer skal sikre, at økonomiske årsager ikke medfører, at forbrugere fratages muligheden for at føre retssag mod en erhvervsdrivende, der ikke efterlever en afgørelse fra Forbrugerklagenævnet eller et af de øvrige godkendte private klage- og ankenævn - og meddeler dette indenfor 30 dage.

### 3 Udvidelse af forbrugerftalelovens anvendelsesområde og kortere bindingsperiode i en række forbrugerftaler

Af advokat **Michael Hopp** og advokatfuldmægtig **Karen Møller-Petersen**

*Fra 1. januar 2010 er anvendelsesområdet for forbrugerftalelovens regler om maksimale bindingsperioder og opsigelsesvarsel udvidet, og bindingsperioderne forkortet.*

En ændring af forbrugerftaleloven trådte i kraft 1. januar 2010 og medfører, at lovens regler om bindingsperioder i løbende aftaleforhold bliver udvidet til generelt at omfatte forbrugerftaler vedrørende levering af varer og tjenesteydelser. Dermed er en lang række aftaletyper - lige fra fitnessabonnementer til lejeaftaler vedrørende elektronik og hårde hvidevarer - nu omfattet af lovens krav. Derimod er andre typer aftaler, der er reguleret i anden lovgivning, fortsat ikke omfattet af forbrugerftalelovens regler.

Udover at anvendelsesområdet er blevet udvidet væsentligt, er længden af den maksimale bindingsperiode og opsigelsesvarslet også blevet ændret.

For løbende forbrugerftaler, der indgås efter 1. januar 2010, gælder derfor som hovedregel, at den maksimale bindingsperiode er fem måneder, og at opsigelsesvarslet er en måneds varsel til udgangen af en måned.

Hvis forbrugerftalen højst løber et år, den samlede pris for aftalen er under 2.000 kr., og den samlede betaling skal ske senest 14 dage efter aftalens indgåelse, finder reglerne dog ikke anvendelse. Forbrugerftaler, der opfylder disse krav, vil i stedet være omfattet af aftalelovens generelle regler om urimelige aftalevilkår og særlige regler om forbrugerftaler, ligesom markedsføringslovens regler vil kunne finde anvendelse.

For forbrugerftaler, hvor den samlede pris overstiger 20.000 kr. årligt, og som er forbundet med væsentlige startomkostninger eller medfører en væsentlig værdifor-

ringelse for den erhvervsdrivende (startomkostninger eller værdiforringelse, der overstiger den gennemsnitlige pris for seks måneders levering), tillades en bindingsperiode på maksimalt 11 måneder. Opsigelsesvarslet for disse aftaler er dog også en måned som beskrevet ovenfor.

Endelig medfører lovændringen, at forbrugerftaler på tv-området i række tilfælde vil være omfattet af forbrugerftalelovens regler fra 1. januar 2012.



## 4 Citatret og pligt til kildeangivelse i tv-produktioner

Af advokat **Michael Hopp** og advokatfuldmægtig **Jesper Schroeder Ljungström**

*Østre Landsrets dom af 25. september 2009, U 2010.60 Ø*

Danmarks Radio (DR) havde til en tv-produktion om Tómas Gislason anvendt 16 filmklip fra andre tv-producenter med henvisning til citatretten, og derfor uden betaling af vederlag og uden at indhente samtykke til anvendelse af filmklippene.

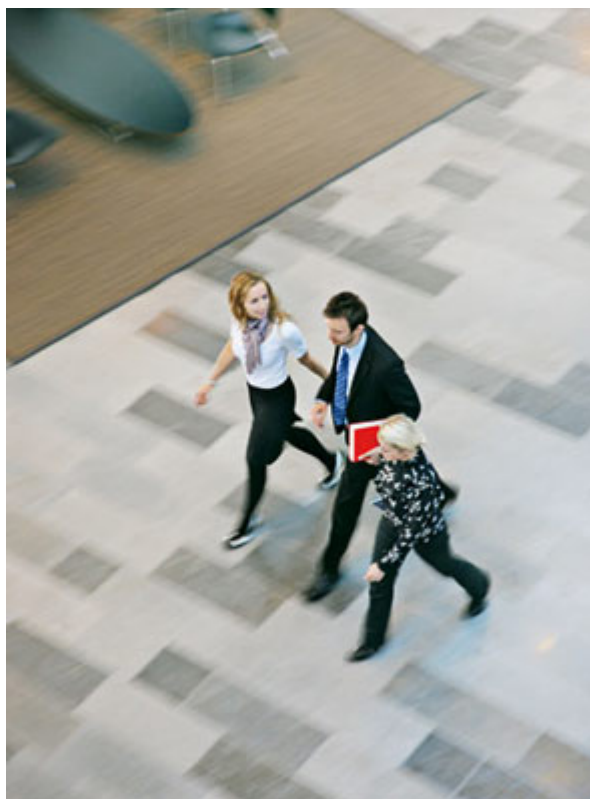
De største aktører på området, herunder Danmarks Radio og I/S Danske Filmproducenter, har indgået aftaler, hvorefter der selv i de tilfælde, hvor filmklippet med henvisning til citatreglen ville kunne anvendes gratis, skal betales vederlag efter bestemte takster, når andres filmklip anvendes. De fleste af de produktionsselskaber, som ejede rettigheder til de anvendte filmklip, var dog ikke medlemmer af I/S Danske Filmproducenter.

Under den efterfølgende retssag var det primære spørgsmål derfor, om aftaler eller branchemæssige kutyper for anvendelse af filmklip skal tillægges vægt ved rettens vurdering af citatrettens rækkevidde.

Den hidtidige antagelse i litteraturen og i Kulturministeriet om betydningen af aftaler og kutyper blev ikke tiltrådt af landsretten, idet landsretten hverken tillagde aftaler på området eller branchemæssige kutyper nogen vægt ved vurderingen af, om DRs anvendelse faldt inden for citatretten. Landsretten bemærkede i overensstemmelse med hidtidig retspraksis blot, at vurderingen måtte bero på en samlet vurdering af udsendelsen, hvor der blev lagt vægt på antallet af filmklip og klippenes varighed. Landsretten konkluderede herefter, at DR's anvendelse af de 16 filmklip faldt uden for citatretten.

Der var også tvist om, hvorvidt den almindelige pligt til kildeangivelse medfører en pligt til at angive filmproducentens navn. Landsretten fastslog her, at kildeangivelsespligten i ophavsretslovens § 67 omfatter filmproducenter.

Endelig skulle retten tage stilling til, om aftaler eller branchemæssige kutyper kunne tillægges vægt ved fastsættelse af et rimeligt vederlag. Medens retten ikke kunne tillægge brancheaftaler og kutyper nogen vægt ved vurderingen af citatrettens omfang, fandt retten derimod, at man ved udmåling af et rimeligt vederlag for den uberettigede anvendelse af film-klippene, kunne lægge vægt på sådanne aftaler og DR's egen prispolitik på området.



## 5 Plesner-seminar om de seneste ændringer indenfor markedsføringsretten

Plesner inviterer til morgenseminar om de seneste ændringer indenfor markedsføringsretten.

**Onsdag den 3. februar 2010,  
kl. 9.00 - 11.35**

Indenfor den seneste tid er der sket en række ændringer indenfor markedsføringsretten. Forbrugerombudsmanden har blandt andet i december 2009 udstedt nye retningslinier for erhvervsdrivendes prismarkedsføring, og han har også sendt et udkast til nye retningslinier for grøn (miljø) markedsføring i høring.

Der er også en række ændringer af markedsføringsloven på vej efter en dom fra EU-Domstolen, som stiller spørgsmålstejn ved det generelle danske forbud mod rabatkuponer, og alle sådanne sager er derfor sat i bero hos Forbrugerombudsmanden. En arbejdsgruppe på tværs af en række ministerier er derfor nu i gang med at se nærmere på de danske forbud mod rabatkuponer og købsbetingede konkurrencer.

Seminaret vil føre dig igennem netop disse ændringer og opdatere dig på, hvad der ellers rører sig indenfor markedsføringsretten og inden for digital markedsføring.

Seminaret vil bestå af indlæg fra advokat Michael Hopp, og 2 eksterne oplægsholdere, nemlig Forbrugerombudsmanden, Henrik Øe, og Bettina Sherain fra Triple Copenhagen, ansvarlig for strategiplanlægning.

Forbrugerombudsmanden vil fortælle om sine seneste retningslinier og andre nyheder fra Forbrugerombudsmanden, Michael Hopp vil tale om nyheder indenfor markedsføringsretten, bl.a. konsekvenserne af EU-Domstolens dom om rabatkuponer, og Bettina Sherain vil give et indblik i, hvordan online medierne kræver nye indgange til markedsføring, og de juridiske udfordringer der følger med.

### Program

08.30 - 09.00: Registrering med kaffe, te og morgenmad

09.00 - 09.05: Velkomst og indledning, v/ advokat Michael Hopp

09.05 - 10.00: De nye retningslinier for prismarkedsføring og grøn markedsføring - samt andre nyheder, v/ Forbrugerombudsmand Henrik Øe.

10.00 - 10.10: Pause

10.10 - 10.40: Andre nyheder indenfor markedsføringsretten, bl. a. konsekvenserne af EU-Domstolens dom om rabatkuponer v/ advokat Michael Hopp

10.40 - 11.15: Digitale medier: Hvordan påvirker de vores indgang til markedsføring, og hvilke udfordringer møder vi? v/ Bettina Sherain, Triple CPH

11.15 - 11.35: Diskussion og afrunding med oplægsholderne

### Praktiske oplysninger

Seminariet afholdes i Plesners domicil, Kobbertårnet, Amerika Plads 37, 2100 København Ø. Der er gratis parkeringsmulighed i Plesners parkeringskælder, der befinder sig under Kobbertårnet med indkørsel fra Dampfærgevej. Vi byder på kaffe/te og croissanter fra morgenstunden.

### Advokaters efteruddannelse

Seminaret tæller som tre lektioner i relation til Advokatsamfundets regler om advokaters obligatoriske efteruddannelse. Hvis du ønsker at få udleveret et kursusbevis for din deltagelse, beder vi dig om at meddele os dette i din tilmelding.

### Tilmelding

Tilmelding er gratis, men nødvendig, da der er et begrænset antal pladser. Skriv snarest og senest den 1. februar 2010 til [seminar@plesner.com](mailto:seminar@plesner.com) og oplys firmanavn og deltagernavn. Alle er velkomne.

Eventuelle spørgsmål kan rettes til advokat Michael Hopp på telefon 33 12 11 33 eller [mho@plesner.com](mailto:mho@plesner.com).

På gensyn den 3. februar 2010!

Med venlig hilsen

PLESNER

## Kontakt



Per Håkon Schmidt  
advokat, partner  
phs@plesner.com  
+45 33 12 11 33



Peter-Ulrik Plesner  
advokat, partner  
pup@plesner.com  
+45 33 12 11 33



Sture Rygaard  
advokat, partner  
sry@plesner.com  
+45 33 12 11 33



Michael Hopp  
advokat, partner  
mho@plesner.com  
+45 33 12 11 33



Mikkel Vittrup  
advokat, juniorpartner  
mvi@plesner.com  
+45 33 12 11 33



Jakob Krag Nielsen  
advokat  
jkn@plesner.com  
+45 33 12 11 33



Nina Ringen  
advokat  
nri@plesner.com  
+45 33 12 11 33



Signe Toft  
advokat  
sto@plesner.com  
+45 33 12 11 33



Emil Jurcenoks  
advokat  
eju@plesner.com  
+45 33 12 11 33



Annika Valla Broman  
advokat  
avb@plesner.com  
+45 33 12 11 33



Nancy Elbouridi  
advokat  
nel@plesner.com  
+45 33 12 11 33

---

OM PLESNER. Med 200 jurister og en samlet medarbejderstab på 350 medarbejdere er Plesner et af landets førende internationale advokatfirmaer med specialer inden for alle erhvervs- og offentligretlige områder. Plesners vision er at være Danmarks bedste advokatfirma - det naturlige valg for enhver dansk og udenlandsk virksomhed med behov for erhvervsjuridisk rådgivning.

**PLESNER**

TILBAGE 

Dette nyhedsbrev er kun til generel oplysning og kan ikke erstatte juridisk rådgivning. Plesner påtager sig intet ansvar for tab som følge af fejlagtig information i nyhedsbrevet eller andre forhold i forbindelse hermed.