

ERHVERVSJURA

God erhvervsskik - hvad er nu det?

GOD OPFØRSEL: I forslaget til en ny markedsføringslov slås til lyd for indførelse af et nyt "ordentlighedsbegreb", nemlig god erhvervsskik.



LARS BO LANGSTED
professor,
Juridisk Institut,
Aalborg Universitet

finans@finans.dk

Man skal opføre sig ordentligt. Det kan de fleste mennesker blive helt enige om, men det er straks sværere, når de skal blive enige om, hvad "ordentligt" så betyder i konkrete situationer.

Helt samme problem står lovgiver over for, når man skal regulere et område med utallige "konkrete situationer", hvor parternes interesser ofte er modstridende, og hvor der derfor kan bruges megen tid og energi på at finde ud af, hvad den "ordentlige" fremgangsmåde er.

Inden for juraens verden bruger lovgiver nødtigt ordet »ordentligt«. I stedet taler loven i sådanne tilfælde ofte om begrebet »god ... skik«. Advokater skal overholde god advokatskik, bogføring skal foretages i overensstemmelse med god bogførings-skik, revisorer skal – inden for visse dele af deres hverv – overholde god revisorskik og så videre.

Retlige standarder

Disse begreber ser indholdstomme ud, men er ment som "retlige standarder", der over tid skal udfyldes af myndighedernes og domstolens praksis. Som regel vil lovgiver have hjulpet anvendelsen lidt på vej ved at give nogle eksempler og måske anviser nogle elementer, der skal indgå, når anvenderne skal udfylde god skikbegrebet i praksis.

Inden for forholdet mellem erhvervsdrivende og forbrugere har vi i mange år haft en markedsføringslov, der pålægger erhvervsdrivende at overholde "god markedsføringsskik".

I 1983 afgjorde Højesteret f.eks. i en sag, at det ikke var i strid med god markedsføringsskik, når en restaurationsreklamerede med to genstande til én genstands pris.

I 1995 afgjorde Østre Landsret, at det stred mod god markedsføringsskik at sælge en timesharelejlighed på en "informationsaften" til to personer, som sælgeren vidste ikke havde råd til at købe den, og i 1987 afgjorde Højesteret, at det var i strid med god markedsføringsskik at reklamere med en shoppingtur til Helsingborg i bus, da der under turen var en salgsdemonstration af så lang varighed, at forretningerne i Helsingborg havde lukket, da bussen nåede frem.

I 1976 fandt Sø- og Handelsretten tilsvarende, at det

stred mod god markedsføringsskik, når en inkassovirksomhed på brevpapiret skrev: »Vi får pengene på den ene eller den anden måde« og med store bogstaver havde malet på firmavognen, som skyldnerne kunne få besøg af: »Her kommer inkassovognen – er den på vej til Dem?«.

Et digert værk

Før sommerferien i år afgav Markedsføringslovsudvalget en rapport til Erhvervs- og Vækstministeriet indeholdende et forslag til en ny markedsføringslov.

Forslaget har været i høring hen over sommeren, og fristen for høringssvar udløb i slutningen af sidste måned.

Der er tale om en stor og diger rapport på næsten 500 sider, og der foreslås en række såkaldt "tekniske ændringer" og nogle mere materielle ændringer.

Grunden til, at ministeren i 2014 havde nedsat udvalget, var dels, at handelskanalerne i dag er meget anderledes og i høj grad foregår via nettet, dels – og måske især – at der gennem årene har været en del regulering fra EU med forskellige direktiver og med en tiltagende praksis fra EU-domstolen.

Det er normalt ikke noget større problem, men den gamle markedsføringslov

var i meget høj grad en "dansk opfindelse", og begrebet "god markedsføringsskik" dækker både over situationer, der er omfattet af EU-reguleringen, og forhold, der ikke er omfattet af denne regulering, og hvor vi derfor i Danmark måtte beslutte, om vi ville "nøjes" med EU-reguleringen, eller om vi i større eller mindre omfang skulle fortsætte med regulering også af "egne" områder.

Et af de forslag, som udvalget kommer med, og som regeringen har medtaget i lovforslaget, der har været i høring, er indførelse af et nyt "ordentlighedsbegreb".

Det er aldrig let at finde på nye begreber, og særligt svært bliver det, når der ikke er noget nyt indhold i forhold til det gamle begreb – endnu.

Udvalget foreslog således at indføre en ny bestemmelse med følgende ordlyd i stk. 1: »En erhvervsdrivende skal i sin handelspraksis over for forbrugerne udvise god erhvervsskik.«

»God erhvervsskik«, hvad er nu det for en størrelse? Umiddelbart bliver forvirringen ikke mindre af, at der i bestemmelsen lige før fortsat tales om, at erhvervsdrivende skal udvise »god markedsføringsskik«. Her kunne den opmærksomme læser få den tanke, at begre-

bet "god erhvervsskik" måtte dække over noget helt nyt og meget vidtgående.

Sådan er det imidlertid ikke. Udvalget har – grundlæggende meget fornuftigt – tænkt, at forhold, der er reguleret af EU-retten, og som derfor vil udfyldes og ændres af den, skal have sin egen bestemmelse, og at rent dansk regulering så får sin bestemmelse – med opretholdelse af det gamle udtryk "god markedsføringsskik".

Genstande og information

To af de afgørelser, der nævnes ovenfor, vil fortsat være omfattet af begrebet "god markedsføringsskik".

Det gælder afgørelsen om de to genstande til én genstands pris og informationsaftenen med salget af timesharelejligheden. De vedrører nemlig henholdsvis noget om samfundsforhold og om aftaleret, som ikke er omfattet af det relevante EU-direktiv.

De to andre afgørelser om henholdsvis busturen til Helsingborg og inkassofirmaet vil imidlertid fremover være omfattet af det nye begreb "god erhvervsskik", idet disse vedrører den form for urimelig handelspraksis, som er omfattet af EU-reglerne.

Med tiden vil der kunne udvikles ny ret efter hver af

”

Halvdelen af den gamle vin er nu hældt over på en ny flaske. Men med tiden vil gæringsprocessen udvikle dem forskelligt. Velbekomme.

de to bestemmelser. Begge bestemmelser er underlagt tilsyn af Forbrugerombudsmanden, der ligesom i dag vil kunne udstede påbud om overholdelse, og hvor der kan straffes ved overtrædelse af påbuddet.

Hvilken skik?

Der er således i meget høj grad tale om en "juridisk-teknisk" ændring, der i et fagperspektiv giver mening. Kommunikationsmæssigt bliver det imidlertid vanskeligere, når både erhvervsdrivende og forbrugere skal vænne sig til endnu et nyt begreb, og jurister vil fremover kunne få lang tid til at gå med at diskutere, om en bestemt situation hører under god markedsføringsskik eller god erhvervsskik.

Hertil kommer, at det nye begreb "god erhvervsskik" taget på ordlyden kunne se ud, som om det omfatter erhvervsdrivende adfærd i enhver henseende, men det er naturligvis ikke meningen. Loven gælder fortsat kun på »privat erhvervsdrivende samt på offentlig virksomhed, i det omfang der udbydes produkter på markedet«.

Halvdelen af den gamle vin er nu hældt over på en ny flaske. Men med tiden vil gæringsprocessen udvikle dem forskelligt. Velbekomme.



Begrebet "god markedsføringsskik" dækker både over situationer, der er omfattet af EU-reguleringen, og forhold, der ikke er omfattet af denne regulering.

Arkivfoto: Thomas Borberg/Polfoto