



Lag om ändring i marknadsföringslagen (2008:486);

SFS 2016:22

Utkom från trycket
den 9 februari 2016

utfärdad den 28 januari 2016.

Enligt riksdagens beslut¹ föreskrivs att det i marknadsföringslagen (2008:486) ska införas en ny paragraf, 7 a §, av följande lydelse.

7 a § Vid bedömningen av om marknadsföringen är aggressiv ska dess art samt tidpunkten, varaktigheten och platsen för marknadsföringen särskilt beaktas. Det ska också särskilt beaktas om näringsidkaren

1. använder ett hotfullt eller kränkande språk eller beteende,
2. utnyttjar ett speciellt missöde eller omständigheter, som näringsidkaren känner till och som är av sådan vikt att de försämrar konsumentens omdöme, för att påverka konsumentens beslut i fråga om produkten,
3. använder betungande eller oproportionerliga hinder som inte följer av avtalet när en konsument vill utöva sina rättigheter enligt avtalet, inbegripet rätten att häva ett avtal eller att byta till en annan produkt eller en annan näringsidkare, eller
4. uppger sig komma att vidta åtgärder som inte lagligen kan genomföras.

Denna lag träder i kraft den 1 mars 2016.

På regeringens vägnar

PER BOLUND

Linda Utterberg
(Finansdepartementet)

¹ Prop. 2015/16:46, bet. 2015/16:CU11, rskr. 2015/16:129.

