

Grundläggande om Marknadsföringsrätt

Den svenska marknadsföringslagen påverkas starkt av EU-lagar, särskilt ett direktiv från 2005 som reglerar otillbörliga affärsmetoder. Direktivet syftar till att skydda konsumenter från ojusta metoder i marknadsföring. Det gäller all form av annonsering och kommersiell kommunikation i samband med försäljning.

Det tre-delade systemet i direktivet:

1. **Svarta listan:** Innehåller över 30 olika affärsmetoder som är helt förbjudna.
2. **Regler om vilseledande och aggressiva affärsmetoder:** Omfattar förbud mot vilseledande reklam och aggressiva säljmetoder.
3. **Generalklausulen:** Förbjuder all marknadsföring som strider mot god yrkessed, vilket kan påverka konsumenters ekonomiska beteende negativt.

Sverige har en lång historia av marknadsföringslagar, som började med den första lagen 1970 som betonade konsumenternas skydd. Den nuvarande lagen från 2008 syftar till att skydda *både konsumenter och företag* från otillbörlig marknadsföring och följer EU:s direktiv.

Marknadsföringslagen täcker all marknadsföring av produkter i Sverige, oavsett om det är genom fysiska butiker eller online-plattformar. Den syftar till att skydda konsumenter som grupp, men även enskilda företag från vilseledande konkurrens.

From:
<https://juridik.kristiansen.nu/> - Juridik på gymnasiet

Permanent link:
<https://juridik.kristiansen.nu/doku.php?id=marknadsfoerignsraett:introductkion&rev=1715002135>

Last update: 2024/05/06 13:28

