

God marknadsföringssed

[Marknadsföringsrätt](#) - [Vilseledande marknadsföring](#) - [Aggressiv marknadsföring](#) - [God marknadsföringssed](#) - [Övrigt](#)

Allmänt

Begreppet "god marknadsföringssed" återfinns inom marknadsföringslagen (MFL) och avser att upprätthålla etiska och rättsliga standarder i marknadsföring. Det inkluderar både rättsligt bindande regler och informella normer som skyddar både konsumenter och näringsidkare. Detta kan inkludera lagar, föreskrifter, samt branschspecifika normer och praxis. "God yrkessed", som också ryms under detta begrepp, refererar till den professionalism och omsorg som näringsidkare förväntas visa i sina relationer med konsumenter, baserat på ärlighet och god tro inom deras specifika bransch.

God marknadsföringssed återfinns i en generalklausul i MFL, 5 §. En generalklausul är en bred och flexibel juridisk bestämmelse som ger domstolar eller andra myndigheter möjlighet att bedöma fall enligt allmänna principer snarare än strikt specificerade regler.

Diskussioner har förts om att införa uttryckliga förbud mot fenomen som renommésnyltning och misskreditering inom lagstiftningen, men hittills har dessa otillbörliga beteenden huvudsakligen hanterats genom den allmänna generalklausulen. Detta visar på flexibiliteten i att använda generalklausulen för att hantera ett brett spektrum av marknadsföringsfrågor, vilket ständigt utvecklas för att möta nya marknadsföringstekniker och ändrad praxis.

Renommésnyltning

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

Permanent link:
<https://www.juridik.kristiansen.nu/doku.php?id=marknadsfoerignsraett:marknadsfoeringssed&rev=1715604435>

Last update: 2024/05/13 12:47

