



REALKREDITRÅDET

Forbrugerstyrelsen
Att.: Henrik Bruun Johannesen

16. august 2006
G 110 - moe

Høring over udkast til forslag til ændring af markedsføringsloven

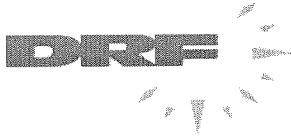
Idet der henvises til Forbrugerstyrelsens e-mail af 30. juni 2006 med udkast til forslag til ændring af markedsføringsloven samt til Realkreditrådets e-mail af 13. juli 2006, kan det oplyses, at Realkreditrådet alene har en enkelt bemærkning til lovudkastet.

Efter Rådets opfattelse må der sættes spørgsmålstegn ved, om der er behov for, at finansielle virksomheder reguleret af lov om finansiell virksomhed skal være omfattet af den nye bestemmelse i § 12a vedrørende oplysningskravene i forbindelse med "købsopfordringer". Det er vurderingen, at tilsvarende oplysningsforpligtelser følger af lov om finansiell virksomhed og bekendtgørelsen om god skik for finansielle virksomheder, ligesom lov om visse forbrugeraftaler også opstiller en række oplysningskrav.

Realkreditrådet skal derfor foreslå at § 12a tilføjes i § 2, stk. 3, subsidiært i § 2, stk. 2, således at bestemmelsen ikke finder anvendelse på finansielle virksomheder i det omfang økonomi- og erhvervsministeren har udstedt regler om god skik på det pågældende område.

Med venlig hilsen

Mette Haarbo Ørsted



Danmarks Rejsebureau Forening

Falkoner Allé 58 B • DK-2000 Frederiksberg

Tlf: 35 35 66 11 • Fax: 35 35 88 59

drf@travelassoc.dk • www.drf-dk.dk

**Forbrugerstyrelsen
Amagerfælledvej 56
2300 København S**

Sendt pr. e-mail til fs@fs.dk den 8. august 2006

Frederiksberg den 8. august 2006.

Hørings svar vedr. forslag til lov om ændring af markedsføringsloven.

Danmarks Rejsebureau Forening (DRF) takker hermed for det fremsendte høringsmateriale vedrørende Forbrugerstyrelsens ændringsforslag til lov om markedsføring.

DRF ser på et overordnet plan positivt på lovforslagets implementering af Rådets direktiv 2005/29EF, der indeholder mange gode elementer, der vil kunne sikre forbrugerne bedre beskyttelse og skabe mere gennemsikuelighed.

Vedrørende gennemsnitsforbruger.

Det offentligretlige forbrugerbegreb er, i modsætning til det civilretlige forbrugerbegreb, ikke særligt veldefineret, og selve forbrugerbegrebet i markedsføringsloven synes desuden at være en smule differentieret afhængig af de enkelte bestemmelser i markedsføringsloven.

Eftersom der ikke har været tradition i dansk ret for fastlæggelse af en sådan retlig standard – henset til behovet for en dynamisk retsanvendelse i relation til markedsføringsloven – forekommer det efter DRF's opfattelse u hensigtsmæssigt, at man på side 20 til bemærkningerne nr. 3 og 4 til lovforslagets enkelte bestemmelser uden yderligere argumentation blot konstaterer, at direktivets forbrugerbegreb; "... stemmer overens med dansk civilrets almindelige definition af forbrugerbegrebet, som anvendes i markedsføringsloven".



Danmarks Rejsebureau Forening

Falkoner Allé 58 B • DK-2000 Frederiksberg

Tlf: 35 35 66 11 • Fax: 35 35 88 59

drf@travelassoc.dk • www.drf-dk.dk

En sådan retlig kvalificering bør stadig henlægges til endelig fortolkning hos domstolene og ikke blot "inkorporeres" via en sidebemærkning i lovforslaget. En sådan fremgangsmåde kan efter DRF's opfattelse være medvirkende til at skabe tvivl om retssikkerheden.

Såfremt det rent faktisk er lovgivers intention at ændre på forbrugerbegrebet i overensstemmelse med direktivets definition, er det DRF's opfattelse, at en sådan definition bør fremgå meget eksplicit af loven. I den forbindelse skal der imidlertid ikke herske tvivl om, at DRF hilser det velkomment, såfremt lovgiver rent faktisk overvejede at stille så kvalificerede og fornuftige krav til forbrugeren, at denne som udgangspunkt både skulle være almindeligt oplyst, rimelig opmærksom og velunderrettet.

Vedrørende håndhævelse og forbrugerombudsmandens tilsyn.

På side 14 punkt 4 under lovforslagets almindelige bemærkninger anføres i relation til direktivets kapitel 4 om håndhævelse, at medlemslandene er forpligtet til at finde tilstrækkelige og effektive midler til at bekæmpe urimelig handelspraksis og sikre direktivets overholdelse. Det anføres desuden på side 16 under punkt 6 vedrørende økonomiske og administrative konsekvenser for det offentlige, at Forbrugerombudsmanden som hidtil vil føre tilsyn med lovens overholdelse, uden at lovforslaget vil have økonomiske eller administrative konsekvenser. Dette medfører bl.a., at Forbrugerombudsmanden stadig har muligheder for at prioritere blandt de sager, der forelægges denne.

Det er DRF's erfaring, at såfremt lovforslaget skal have en reel betydning i praksis, kræves det, at tilsynet med Forbrugerombudsmanden revideres enten via lovgivning, således at Forbrugerombudsmanden forpligtes til at tage sager af en vis karakter op eller via tildeling af yderligere ressourcer til institutionen, således at prioriteringen ændres fra det nuværende niveau, hvor det efter DRF's opfattelse ofte kan være svært at få øje på, hvilke sager, der rent faktisk tages op ved en anmeldelse.

DRF har adskillige gange selv rettet henvendelse til Forbrugerombudsmanden og påpeget åbenlyse overtrædelser af markedsføringsloven og den tidligere prismærkningslov, hvilket alene har resulteret i en standardskrivelse fra Forbrugerombudsmanden, hvoraf dennes ret til prioritering fremgår, og at man ikke er forpligtet til at behandle henvendelsen. Stort set samme besvarelse har flere privatpersoner modtaget, efter de via henvendelse til DRF er blevet henvist til selv at anmelde overtrædelserne til Forbrugerombudsmanden.



Danmarks Rejsebureau Forening

Falkoner Allé 58 B • DK-2000 Frederiksberg

Tlf: 35 35 66 11 • Fax: 35 35 88 59

drf@travelassoc.dk • www.drf-dk.dk

Som brancheorganisation er det frustrerende at konstatere, at den nuværende prioritering ikke giver mulighed for, at der følges op på sådanne lovovertredelser ud fra ressourcemæssige prioriteringer. DRF har alene mulighed for via foreningens vedtægter og etiske regelsæt at håndhæve egne medlemmers overholdelse.

Når det kan konstateres, at rejsebureauer eller luftfartselskaber, der ikke er medlem af DRF, ofte overtræder gældende lovgivning på området, synes der behov for at tage prioriteringen op til genovervejelse, såfremt lovgivers intentioner rent faktisk er, at der gribes ind på disse områder. Beskyttelsen forekommer således efter DRF's opfattelse på nuværende tidspunkt mere eller mindre illusorisk.

Hertil kommer naturligvis, at manglende indgriben medfører ulige konkurrencevilkår, hvilket under henvisning til direktivets præampel 8 ikke synes at have været intentionerne bag direktivet, der tværtimod understreger vigtigheden af direktivets indirekte beskyttelse af lovlydige virksomheder og sikring af et marked med loyal konkurrence.

DRF skal således opfordre til at der tages stilling til, hvordan det sikres, at Forbrugerombudsmanden får mulighed for at føre et reelt og effektivt tilsyn med lovens overholdelse.

Vedrørende § 12a.

På side 26 til lovforslagets punkt 7 indføres en ny bestemmelse vedrørende den erhvervsdrivendes oplysningspligt i forbindelse med købsopfordringer. Af bestemmelsens stk.1 nr. 3 fremgår, at der ved en købsopfordring skal gives oplysninger varens eller tjenesteydelsens pris incl. moms og afgifter.

Det fremgår af lovbemærkningerne, at denne bestemmelse er i overensstemmelse med markedsføringslovens bestemmelser om prisoplysning og prismarkedsføring.

DRF har ikke umiddelbart indsigelser overfor selve bestemmelsen, men skal naturligvis opfordre til, at Forbrugerombudsmanden prioriterer overholdelse af denne og således får mulighed for at håndhæve bestemmelsen.



Danmarks Rejsebureau Forening

Falkoner Allé 58 B • DK-2000 Frederiksberg

Tlf: 35 35 66 11 • Fax: 35 35 88 59

drf@travelassoc.dk • www.drf-dk.dk

Bestemmelsen medfører ikke væsentlige ændringer for DRF's medlemmer, idet en stor del af bestemmelsens oplysningskrav allerede er omfattet af pakkerejselovens kapitel 3, der regulerer informationskrav og den til pakkerejseloven udstedte bekendtgørelse.

Vedrørende Adfærdskodeks.

Afslutningsvis skal der blot henvises til Direktivets præampel 20 og især artikel 3 stk. 8, hvorefter DRF forudsætter, at det af DRF indførte etiske regelsæt, hvis efterlevelse er påkrævet for at være medlem af DRF, således ikke påvirkes af nærværende lovforslag.

Med venlig hilsen

Danmarks Rejsebureau Forening

A handwritten signature in black ink, which appears to read 'Jakob Hahn'. The signature is written in a cursive, flowing style with a long horizontal stroke at the bottom.

Jakob Hahn
Juridisk Konsulent



Forbrugerstyrelsen
Amagerfælledvej 56
2300 København S
Att.: Henrik Bruun Johannessen

Høringssvar vedr. forslag til lov om ændring af markedsføringsloven

Danske Mediers Forum har med tak modtaget Forbrugerstyrelsens udkast til forslag til lov om ændring af markedsføringsloven, idet Medierne dog beklager, at en høring over sommerperioden gives så relativt kort svarfrist.

Danske Mediers Forum afgav 25. september 2003 høringssvar til Forbrugerstyrelsen vedrørende Kommissionens forslag til direktiv om urimelig handelspraksis 2005/29/EF (vedlagt). Danske Mediers Forum bemærkede allerede på daværende tidspunkt, at Medierne ser positivt på indførelsen af en generalklausul, der beskytter forbrugerne mod erhvervsdrivendes urimelige handelspraksis, og Danske Mediers Forum har derfor kun enkelte bemærkninger til de påtænkte ændringer af markedsføringsloven.

Danske Mediers Forum konstaterer med tilfredshed, at ændringen af markedsføringsloven § 1 ikke indebærer en ændring i retstilstanden for anvendelse af bestemmelsen i erhvervsforhold. Herudover noteres, at indsættelsen af et nyt punktum i bestemmelsen ikke har til hensigt at ændre retstilstanden i forbrugerforhold, idet Forbrugerstyrelsen giver udtryk for, at anvendelsen af de nye regler i vidt omfang vil være den samme som de nuværende. Danske Mediers Forum stiller dog spørgsmålstegn ved, om direktivet nødvendiggør en vanskeligt forståelig tilføjelse set i lyset af den seneste revision af markedsføringsloven, hvorved bestemmelserne netop blev gjort mere læsevenlige.

I forhold til ændringerne i markedsføringslovens § 3 kan det ligeledes med tilfredshed konstateres, at det ifølge Forbrugerstyrelsen ikke er tilsigtet, at ændringerne vil betyde en realitetsændring af retstilstanden, selvom den nye bestemmelse tager afsæt i modtagerens adfærd.

Danske Mediers Forum finder, at § 12 a ikke i tilstrækkelig grad præciserer, hvornår reklamer eller annoncer vil blive opfattet som *købsopfordringer* og dermed skal opfylde oplysningsforpligtelserne i bestemmelsen.

Danske Mediers Forum må endvidere tage afstand fra gennemførelsen af direktivets art. 7, stk. 1 og 3, eftersom det af bestemmelserne klart fremgår, at der skal tages hensyn til begrænsninger i kommunikationsmidlet ved vurderingen af, hvorvidt en handelspraksis er urimelig eller ej. De hensyn, der omtales i direktivet, skal tilgodes den erhvervsdrivende, hvorfor det er en misforståelse af direktivet, når det i lovforslaget s. 27 er blevet til en skærpende omstændighed, at der er forskel på kommunikationsmidlerne, og f.eks. en tv-reklame hurtigere opfattes som en købsopfordring og dermed skal opfylde oplysningskravene i bestemmelsen.

Herudover fremgår det af art. 7, stk. 3, at når der er tale om et medie med begrænset plads, så skal der tages hensyn hertil, samt til de foranstaltninger, som den erhvervsdrivende har gjort for at give forbrugeren oplysningerne på anden vis. Det er derfor ikke et krav i direktivet, når det af lovforslaget s. 27 fremgår, at oplysninger jf. § 12 a skal gives i umiddelbar tidsmæssig forbindelse med købsopfordringen samt, at det ikke er tilstrækkeligt, at den erhvervsdrivende henviser til en internet-side, tekst-tv eller et telefonnummer, hvor oplysninger er tilgængelige for forbrugeren. Danske Mediers Forum finder, at § 12 a er væsentligt skærpet i forhold til

direktivet på dette område, hvilket sammenslutningen ikke kan acceptere. Lovforslaget bør ændres, så det er i overensstemmelse med direktivet.

§ 12 a foreslås endvidere strafbelagt, hvorfor det er afgørende, at definitionen på en købsopfordring er præcis.

Endelig bør det af § 12 a, stk. 5 fremgå, hvorvidt den erhvervsdrivende blot skal oplyse om eksistensen af fortrydelsesret eller om selve indholdet af fortrydelsesretten tillige skal beskrives.

Danske Mediers Forum står naturligvis til rådighed, såfremt Forbrugerstyrelsen ønsker ovenstående uddybet. Henvendelse herom kan rettes til konsulent, cand. jur. Martin Jørgensen på telefon 33 97 40 00 eller e-mail: mj@danskedagblade.dk

Med venlig hilsen

Danske Mediers Forum

Ebbe Dal
Adm. direktør, DDF

Svend Age Linde
Sekretariatschef, Ugeaviserne



Forbrugerstyrelsen

11. august 2006
Sag 1100/5-75/CS

Høring over udkast til forslag til lov om ændring af lov om markedsføring

På baggrund af det medsendte høringsnotat og udkast til lovbemærkninger lægger Forbrugerombudsmanden i nærværende høringssvar *principielt og overordnet* til grund, at det fremsatte forslag til implementering af direktivet indenfor sit anvendelsesområde *ikke* indeholder realitetsændringer i forhold til de bestemmelser i den gældende markedsføringslov – og den bagvedliggende praksis – som forslaget vedrører.

Dette indebærer at Forbrugerombudsmanden bl.a. lægger til grund:

- *At* retstilstanden efter de nye regler i det alt væsentlige vil være den samme som for de nuværende regler om god markedsføringsskik og vildledning m.v., og at indførelsen af direktivets nye - og i vid udstrækning fremmedartede – sprogbrug alene har terminologisk betydning.
- *At* eventuelle spørgsmål vedrørende smag, anstændighed, generelle samfundsinteresser mv. indeholdt i det relevante markedsføringstiltag, fortsat skal bedømmes efter ren national lovgivning, også selvom tiltaget i øvrigt er omfattet af - og eventuelt tilladt efter - direktivet.
- *At* direktivets bilagsliste, som skal gentages i en bekendtgørelse, *ikke* har selvstændig betydning for bedømmelse af om et forhold i øvrigt er omfattet af forslaget til den nye § 3.

I det den nuværende retstilstand herefter reelt ikke synes ændret, finder Forbrugerombudsmanden, at det ud fra et lovteknisk synspunkt ville være mere hensigtsmæssigt, såfremt undtagelsen "*bortset fra forhold reguleret i aftaleretten*" i den foreslåede § 1, 2. punktum fremgik af lovbemærkningerne, og ikke af selve lovteksten. Derved undgår man "en undtagelse til undtagelsen" til § 1, 1. punktum. Begrundelsen er, at markedsføringsloven er en offentligretlig lov, som ikke regulerer og ikke tidligere har reguleret aftaleretten.

For den gode ordens skyld bemærkes, at Forbrugerombudsmanden er bekendt med, at det *svenske og norske* forslag til implementering af direktivets artikel 5 nr. 2 er baseret på en an-

tagelse om, at bestemmelsen har *et selvstændigt og reelt indhold* i forhold til de hidtidige bestemmelser om god markedsføringsskik m.v. Det svenske og norske forlag indeholder derfor straf for overtrædelse af direktivets artikel 5 nr. 2 – dvs. handelspraksis, som er egnet til mærkbart at forvråde forbrugernes økonomiske interesser (forslagets § 1, 2. punktum). Såfremt den svenske og norske antagelse holder stik, finder Forbrugerombudsmanden ligeledes, at overtrædelse af forslagets § 1, 2. punktum bør strafbelægges.

Særligt for så vidt angår forslaget til ny § 12a om *købsopfordring* bemærkes:

En købsopfordring er efter direktivets art. 2, litra i, defineret som ”en kommerciel kommunikation, hvori produktets karakteristik og pris er angivet på en måde, som er passende i forhold til det anvendte kommunikationsmiddel, og hvorved forbrugeren sættes i stand til at foretage et køb”.

Blandt andet på grund af direktivets cirkulære definition af bestemmelsen forstår Forbrugerombudsmanden ikke et eventuelt særskilt indhold eller en særskilt betydning heraf – slet ikke i forhold til den foreslåede § 3 og allerede eksisterende bestemmelser

Det er Forbrugerombudsmandens vurdering, at en *praktisk anvendelse* af bestemmelsen vil volde adskillige vanskeligheder, og at der vil opstå betydelig subsumtionstvivl i forhold til andre af markedsføringslovens bestemmelser, bl.a. markedsføringslovens § 13 om prisoplysninger.

Med venlig hilsen

Hagen Jørgensen

Forbrugerstyrelsen
Amager Fælledvej 56
2300 København S

7. august 2006
Eksp.nr. 306780
/chh-dep

Høring over udkast til forslag til lov om markedsføring

Forbrugerstyrelsen har sendt udkast til forslag til lov om markedsføring i høring i forbindelse med implementering af direktivet om urimelig handelspraksis i forbrugerforhold.

Det fremgår af den foreslåede § 2, stk. 2, at §§ 1 og 3, § 13, stk. 3 og stk. 6, nr. 1 ikke finder anvendelse på finansielle virksomheder i det omfang Økonomi- og Erhvervsministeren har udstedt regler om god skik på området.

Det fremgår ligeledes, af den foreslåede § 2, stk. 3, at § 13, stk. 2 og 4 og §§ 15 og 16 ikke finder anvendelse på finansielle virksomheder.

Økonomi- og Erhvervsministeriet er enig i de foreslåede undtagelser

Økonomi- og Erhvervsministeriet foreslår, at der ændres i bemærkningerne til nr. 3 og 4, således at det fremstår klarere, at Økonomi- og Erhvervsministeren også har udstedt god skik regler på andre områder, som ikke er omfattet af lov om finansiell virksomhed.

I bemærkningerne til bestemmelserne nr. 3 og 4 vedrørende § 2, stk. 2, bør de to første sætninger i afsnit 2 på side 21 som starter med "*Det er således ikke...*" fjernes og i stedet bør følgende indsættes:

"Visse finansielle virksomheder, som ikke er omfattet af lov om finansiell virksomhed, er på samme måde som finansielle virksomheder, der er omfattet af lov om finansiell virksomhed, undergivet regler om god skik. Det drejer sig om finansielle virksomheder omfattet af lov om forsikringsformidling, lov om investeringsforeninger og specialforeninger samt andre kollektive investeringsordninger og lov om tilsyn med firmapensionskasser"

Resten af afsnittet bør bibeholdes.

**ØKONOMI- OG
ERHVERVSMINISTERIET**

Slotsholmsgade 10-12
1216 København K

Tlf. 33 92 33 50

Fax 33 12 37 78

CVR-nr. 10 09 24 85

oem@oem.dk

www.oem.dk

Økonomi- og Erhvervsministeriet finder ikke, at nr. 7 i høringsforslaget om købsopfordring § 12a har særlig stor betydning for finansielle virksomheder. Derfor finder Økonomi- og Erhvervsministeriet, at finansielle virksomheder som udgangspunkt kan omfattes af § 12a i markedsføringsloven.

Økonomi- og Erhvervsministeriet har haft udkast til forslag til lov om markedsføring i høring hos Erhvervs- og Selskabsstyrelsens Center for Kvalitet i ErhvervsRegulering (CKR), som har følgende bemærkninger.

Forslaget gennemfører direktivet om urimelig handelspraksis overfor forbrugere – Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 2005/29/EF af 11. maj 2005. Lovforslaget fastsætter en række oplysningskrav for de erhvervsdrivende i forbindelse med fremsættelse af en købsopfordring, hvilket i praksis vil sige i annoncer eller ved salg fra fast forretningssted eller over internettet.

Erhvervsøkonomiske konsekvenser

Forslaget vurderes ikke at medføre erhvervsøkonomiske konsekvenser for virksomhederne.

Administrative konsekvenser

Lovforslaget fastsætter bestemmelse om, at en erhvervsdrivende ved en købsopfordring skal give oplysninger om varens karakteristika, prisen, forhold vedrørende betaling og levering, evt. fortrydelsesret samt hvis klagesagsbehandlingen afviger fra den gængse i den pågældende branche. Disse krav er i overvejende omfang allerede del af dansk ret, og på den baggrund vurderes loven derfor ikke at medføre ændringer i virksomhedernes ageren. Således er de administrative byrder for virksomhederne ikke af et omfang der berettiger, at lovforslaget forelægges Økonomi- og Erhvervsministeriets virksomhedspanel.

Erhvervs- og Selskabsstyrelsen kan på den baggrund foreslå følgende tekst til den del af lovforslagets bemærkninger, der omhandler forslagets økonomiske og administrative konsekvenser for erhvervslivet:

”Forslaget har været sendt til Erhvervs- og Selskabsstyrelsens Center for Kvalitet i ErhvervsRegulering med henblik på en vurdering af, om forslaget skal forelægges Økonomi- og Erhvervsministeriets virksomhedspanel. Styrelsen vurderer ikke, at forslaget indeholder administrative konsekvenser for erhvervslivet i et omfang, der berettiger, at det bliver forelagt virksomhedspanelet. Forslaget bør derfor ikke forelægges Økonomi- og Erhvervsministeriets virksomhedspanel.

EU-retlige aspekter

Ifølge oplysninger fra Familie- og Forbrugerministeriet vurderes der ikke at være tale om overopfyldelse i forhold til gældende regler fra EU.

Det er CKR's vurdering, at der er tale om regulering, hvor kravene i reglerne udelukkende og helt er en følge af EU-regler eller øvrige internatio-

nale forpligtelser. De internationale regler beskriver således, hvilke oplysninger virksomhederne skal tilvejebringe. Dette betegnes i forbindelse med en AMVAB-måling som A-regulering.

Denne kategorisering af reguleringens oprindelse vil blive anvendt i forbindelse med den opdatering, der skal gennemføres af Familie- og Forbrugerministeriets AMVAB-basismåling i efteråret 2006. Opdateringen vil betyde, at AMVAB-basismålingen vil blive ajourført med de faktiske administrative konsekvenser ved gennemførte regler fra Folketingsåret 2005-06, herunder også nærværende lovforslag.

Økonomi- og Erhvervsministeriet har ikke yderligere bemærkninger.

Forbrugerstyrelsen

Dato: 9. august 2006
Kontor: FVJUR
J.nr.: 2005-090/17-48

Sagsbeh.: TPE

Forbrugerstyrelsen har ved brev af 30. juni 2006 anmodet Indenrigs- og Sundhedsministeriet om eventuelle bemærkninger til udkast til forslag til lov om ændring af lov om markedsføring.

Indenrigs- og Sundhedsministeriet har følgende bemærkninger:

På side 15 i lovforslaget anføres det, at lov nr. 326 af 6. maj 2003 om markedsføring af sundhedsydelser falder inden for direktivets anvendelsesområde og derfor ikke kan opretholdes uændret. Der vil derfor blive fremsat separat lovforslag om ændring af denne lov.

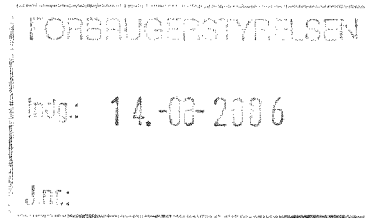
Imidlertid pågår der drøftelser i Indenrigs- og Sundhedsministeriet om direktivets betydning for sundhedsområdet, hvorfor ministeriet i stedet foreslår følgende formulering:

”Vedrørende lov nr. 326 af 6. maj 2003 om markedsføring af sundhedsydelser overvejer Indenrigs- og Sundhedsministeriet, hvorvidt det vil være nødvendigt at gennemføre lovændringer. I så fald fremsætter ministeriet et separat lovforslag om ændring af denne lov.”

Ministeriet har herefter ikke yderligere bemærkninger til lovforslaget.

Med venlig hilsen

Janne Kofod Hansen



København den 11. august 2006

Forbrugerstyrelsen
Amagerfælledvej 56
2300 København S
Att.: Fuldmægtig Henrik Bruun Johannesen

Høring over ændringer i markedsføringsloven

Forbrugerstyrelsen har sendt et udkast til forslag til ny markedsføringslov i høring den 30. juni 2006. Vi, de undertegnende erhvervsorganisationer, har nedenstående fælles holdning til forslaget.

Generelle bemærkninger

Formålet med loven er at gennemføre EU-direktivet om urimelig handelspraksis, som indfører ændrede krav til erhvervsdrivendes markedsadfærd.

Udkastet til lovforslag er problematisk i to nøje forbundne problemstillinger. For det første beskrivelsen af kravet til de erhvervsdrivendes adfærd, jf. direktivets generalklausul om forbud mod urimelig handelspraksis. For det andet beskrivelsen af, hvordan denne adfærd skal benchmarkes i forhold til forbrugerne, jf. direktivets beskrivelse af gennemsnitsforbrugeren.

Her har direktivet og den danske markedsføringslov grundlæggende to forskellige generalklausuler, idet direktivet er snævert med en negativ afgrænsning, nemlig forbudet mod urimelig handelspraksis, medens markedsføringsloven opstiller et positivt krav om, at erhvervsdrivende følger god markedsføringsskik.

Dernæst introducerer direktivet i præambelens pkt. 18 gennemsnitsforbrugeren, der defineres som "en under hensyntagen til sociale, kulturelle og sproglige forhold almindeligt oplyst, rimelig opmærksom og velunderrettet gennemsnitsforbruger, som dette tolkes af domstolen". Præambelen beskriver dernæst krav om særlig hensyntagen til svage grupper, idet markedsføring over for sådanne grupper skal tage særlige hensyn, ved at tage udgangspunkt i en gennemsnitsforbruger fra denne gruppe.

Da de erhvervsdrivendes handelspraksis skal bedømmes i forhold til gennemsnitsforbrugeren, er definitionen af denne forbruger vigtig for at fastlægge, om en given handelspraksis er urimelig eller ej.

Gennemsnitsforbrugeren er ikke taget med i lovforslaget, hvilket giver usikkerhed om den fremtidige rets anvendelse. Af de generelle bemærkninger pkt. 4 fremgår, at kravet til gennemsnits-

forbrugeren allerede må anses for opfyldt ved markedsføringslovens regler samt praksis, for så vidt angår undtagelsen for svage grupper. Derimod omtales ikke, at gennemsnitsforbrugeren ikke i øvrigt er et anvendt begreb i dansk ret. Af betænkning 1457 om markedsføring og prisoplysning fra 2005, side 100-102, fremgår, at ingen af markedsføringsudvalgets medlemmer anså gennemsnitsforbrugeren for en gældende retlig standard i dansk ret, bortset fra i sager om vildledning.

En del af det daværende markedsføringsudvalg lagde vægt på, at det er i strid med dansk retstradition at fastlægge indholdet af retsstandarder i lovgivningen. Dette synspunkt er forkert, da gennemsnitsforbrugeren netop er en retlig standard og ikke en beskrivelse af denne.

De samme medlemmer begrundede samtidig modstanden mod at indskrive gennemsnitsforbrugeren i loven med henvisning til, at der var tale om en praksisbaseret retlig standard, som EF-domstolen kunne ændre senere. Denne betænkelighed er bortfaldet nu, hvor der er tale om en direktivbaseret retlig standard, jf. præambelens betragtning 18 og artikel 5.

Markedsføringsudvalgets klare afstandtagen til at gennemsnitsforbrugeren generelt er en retlig standard i dansk ret, gør det nødvendigt at indføje en udtrykkelig bestemmelse om gennemsnitsforbrugeren i lovens tekst.

Urimelig handelspraksis og gennemsnitsforbrugeren er to helt centrale standarder i direktivet, som skal med i lovteksten. For det første for at implementere direktivet, som er et totalharmoniseringsdirektiv, korrekt. For det andet af hensyn til retssikkerheden ved den fremtidige forvaltning af loven.

Specielle bemærkninger

Til § 1, nr. 2

Der er uoverensstemmelse mellem direktivteksten og den danske lov. Medens markedsføringsloven kræver, at erhvervsdrivende skal udvise god markedsføringsskik, anvender direktivet en modsat afgrænsning, nemlig at forbyde urimelig handelspraksis. Direktivets krav stemmer derfor bedre med formuleringen af markedsføringsloven frem til 1. juli 2006, hvor der ikke måtte foretages handlinger, som strider mod god markedsføringsskik.

Da der er tale om totalharmonisering, kan § 1 i markedsføringsloven ikke opretholdes. Bestemmelsen skal ændres til en formulering om, at erhvervsdrivende omfattet af loven ikke må anvende urimelig handelspraksis.

Dernæst skal der, jf. de generelle bemærkninger, indføjes en beskrivelse af det benchmark, der skal anvendes for at vurdere, om en markedsføring er lovlig eller ej i forhold til forbrugerne, nemlig gennemsnitsforbrugeren. Bestemmelsen skal udformes i overensstemmelse med præambelens betragtning 18, 2. pkt. Undtagelsen for sårbare grupper skal herefter formuleres i overensstemmelse med direktivets artikel 5, 3. Ordlyden i de to bestemmelser skal anvendes for at undgå fortolkningstvivl.

Til § 1, nr. 5

Her indføres et nyt kriterium i dansk markedsføringsret, nemlig om markedsføringen er egnet til mærkbart at forvride forbrugernes og andre erhvervsdrivendes økonomiske adfærd.

Ordet forvride er ikke tidligere anvendt i dansk markedsføringsret. Da ordet i sig selv ikke siger noget om, hvad der kvalificerer en markedsføringshandling som ulovlig, skal loven præciseres.

Dette er også vigtigt, fordi bestemmelsen er strafbelagt, hvilket stiller krav om, at gerningsindholdet beskrives præcist.

Derfor skal ordlyden i overensstemmelse med definitionen i artikel 2, litra. e), udbygges med en forklaring på ordet forvridding. Dette skal ske med ordlyden fra direktivet ”som en handelspraksis som mærkbart inddrænker forbrugernes evne til at træffe en informeret beslutning, hvorved forbrugeren træffer en transaktionsbeslutning, som han ellers ikke ville have truffet.”

Til § 1, nr. 7

Hermed indføres en ny regel i dansk ret om særlige oplysningsforpligtelse, der udløses ved en erhvervsdrivendes opfordring til at gøre køb.

Begrebet ”opfordring til at gøre køb” har i dansk aftaleret traditionelt været brugt til at beskrive forskellen mellem en reklame og et aftaleretligt bindende tilbud. Det er vigtigt, at bemærkningerne yderligere beskriver, at en købsopfordring er en reklame og ikke et aftaleretligt bindende tilbud fra udbyderens side.

Beskrivelsen på side 27, hvorefter en tv-reklame lettere vil blive en købsopfordring end en reklameavis, er forkert, fordi forbrugernes behov for et beslutningsgrundlag i forbindelse med en transaktion altid er uafhængigt af, hvordan de nødvendige informationer præsenteres.

Efter § 12a, stk. 1, nr. 2, skal den erhvervsdrivendes adresse oplyses. Dette krav er ganske omfattende, hvis der er tale om landsdækkende kæder med mange forretningslokaler. Her ved de fleste forbrugere jo på forhånd, hvor deres lokale afdeling af kæden ligger. Bemærkningerne til bestemmelsen skal omtale dette forhold og udtale, at kravet om adressen må anses at fremgå af sammenhængen, når der er tale om virksomheder, hvis forretningssteder er almindeligt kendte hos forbrugerne.

Bestemmelsen i § 12a, stk. 5, omtaler en annulleringsret, hvilket imidlertid ikke er et kendt begreb i dansk kontraktret, da betegnelsen annulation er reserveret til en parts uberettigede erklæring om ikke at ville opfylde en indgået aftale. Det er således forkert, når bemærkningerne til bestemmelsen angiver en opsigelsesret i et løbende kontraktforhold som et eksempel på en annulation.

Ordet annulleringsret kommer fra den danske udgave af direktivet. Den engelske udgave taler om ”a right of cancellation”, som bedre kunne oversættes med ”afbestillingsret” eller ”returret”, i tilfælde af at levering havde fundet sted.

Derfor skal ordet udgå og erstattes af afbestillings- eller returret, hvilket vil stemme med sprogbugen i den engelske udgave af direktivet.

DH&S, DI, DRRB, HTSI og Håndværksrådet – Fælles høringssvar

Endelig skal det fremgå af bemærkningerne, at der kun er pligt til at oplyse om eksistensen af sådanne rettigheder, og at oplysningspligten ikke angår det nærmere indhold af rettigheden.

Dansk Handel & Service



Kim Munch Lendal
Direktør

Dansk Industri



Tine Roed
Underdirektør

Danske Reklame- og Restaurations
bureauers Brancheforening



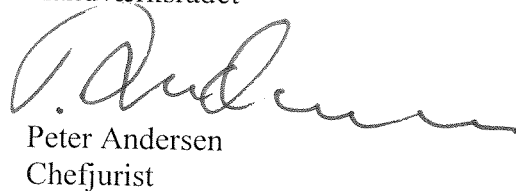
Bjørn Karsholt
Direktør

HTSI



Katia K. Østergaard
Direktør

Håndværksrådet



Peter Andersen
Chefjurist

Forbrugerstyrelsen
Amagerfælledvej 56
2300 København S

Sendt pr. e-mail til fs@fs.dk

11. august 2006

Anette Høyrup
Dok. 44415/ms

Høring over udkast til lov om ændring af lov om markedsføring (gennemførelse af direktivet om urimelig handelspraksis)

Forbrugerstyrelsen har ved brev af 30. juni (sag 101/1-648) anmodet om Forbrugerrådets bemærkninger til ovenstående.

Som det fremgår af udkastet til ændring af markedsføringsloven, implementeres direktivet om urimelig handelspraksis ved primært at tilføje nogle ændringer til generalklausulen og vildledningsreglen i hhv. § 1 og 2. Derudover tilføjes en ny regel om oplysninger i forbindelse med købsopfordringer og endelig undtages finansielle virksomheder fra visse af bestemmelserne.

Indledningsvis må det bemærkes, at Forbrugerrådet generelt finder det positivt, at den eksisterende markedsføringslov i store træk kan bevares, og at de få nye tilføjelser fra direktivet ikke ændrer ved de eksisterende regler, herunder Forbrugerombudsmandens retningslinier samt den praksis som har udviklet sig herhjemme.

I forbindelse med ændringerne begrundet i direktivgennemførelsen, ønsker Forbrugerrådet til sidst i høringssvaret at gøre opmærksom på, hvad vi i øvrigt finder bør ændres i markedsføringsloven.

Den ny generalklausul, tilføjelsen til den eksisterende § 1

Forbrugerrådet har hæftet sig ved, at det i lovudkastets bemærkninger fremgår, at uanset at direktivet kun har til formål at harmonisere bestemmelser om urimelig handelspraksis, der skader forbrugerens økonomiske interesser, kan medlemstaterne fortsat opretholde regler, der varetager andre formål, herunder smag, anstændighed og almene samfundsinteresser.

Fiolstræde 17
Postboks 2188
DK-1017 København K

Tlf. (+45) 7741 7741
Fax (+45) 7741 7742
Mail fbr@fbr.dk
Web www.fbr.dk

Derudover er det afgørende, at markedsføring, som ikke har en kommerciel effekt og dermed heller ikke er egnet til at forvride forbrugerens økonomiske adfærd, fortsat vil være omfattet generalklausulen i § 1.

Den ny vildledningsbestemmelse, tilføjjelsen til den eksisterende i § 3

Det fremgår af bemærkningerne til den nye § 3, stk. 2, at vildledning, som ikke har en kommerciel effekt og dermed ikke vil være egnet til at forvride forbrugerens økonomiske adfærd, vil være omfattet af generalklausulen i § 1. Med henvisning til overgangsbestemmelsen (jf. nedenfor) er Forbrugerrådet uforstående overfor og skal stærke beklage, såfremt en sådan vildledning ikke længere vil være omfattet af den strafpålagte vildledningsbestemmelse, men alene af generalklausulen. Forbrugerrådet skal opfordre til, at den eksisterende vildledningsregel bibeholdes - i det mindste i overgangsperioden - og at det nye krav om påvirkning af den økonomiske adfærd alene supplerer § 3 på linie med den ny tilføjjelse i § 1.

Med hensyn til direktivets brug af definitionen "gennemsnitsforbruger" finder Forbrugerrådet det positivt, at det udtrykkeligt fremgår, at begrebet allerede anses for opfyldt i den eksisterende markedsføringslov samt i praksis, hvorfor der ikke er tale om en ændring i forhold til den nuværende bedømmelse af forbrugerbegrebet. Forbrugerrådet støtter i øvrigt, at der ikke indføres en definition af en gennemsnitsforbruger i selve lovtæksten, da dette kan skabe tvivl om, hvorvidt der dermed er opstået en ny fortolkning af forbrugerbegrebet.

Undtagelserne om finansielle virksomheder - § 2, stk. 2

Det fremgår af udkastet til ændring af markedsføringsloven, at finansielle virksomheder er undtaget af § 1 og § 3 om henholdsvis god markedsføringsskik og vildledning, uanset at de ikke er undtaget af direktivet. Direktivet foreskriver alene muligheden for at opretholde mere restriktive, nationale regler. For at Forbrugerrådet kan acceptere undtagelsen for finansielle virksomheder, er det en forudsætning, at god skik reglen i § 3 (jf. Bekg. 1046/2004 om god skik for finansielle virksomheder jf. lov om finansiell virksomhed § 43) som et minimum indholdsmæssigt svarer til bestemmelserne i markedsføringsloven.

For så vidt angår den ny regel i udkastets § 12a om oplysninger i forbindelse med en købsopfordring, er det vigtigt som foreslået, at finansielle virksomheder ikke er undtaget denne regel, idet eksisterende regler (jf. Bekg. 44/2002 om information til forbrugere mv. jf. lov om finansiell virksomhed § 43) ikke indeholder en tilsvarende bestemmelse.

Overgangsbestemmelsen i artikel 3, nr. 5 jf. artikel 18.

Forbrugerrådet har noteret sig, at medlemstaterne i en periode på 6 år efter den 12.6.2007 kan fortsætte med at anvende nationale bestemmelser, som er mere restriktive eller præskriptive, og som implementerer direktiver med bestemmelser om minimumsharmonisering. Som tidligere anført finder Forbrugerrådet det stærkt beklageligt, at direktivet om urimeligt handelspraksis er et maksimumsdirektiv, da det på sigt vil medføre en forringelse af det høje forbrugerbeskyttelsesniveau, som særligt er kendetegnende i de nordiske lande. Det er dog positivt, at der i revisionsbestemmelsen åbnes for en forlængelse af perioden, såfremt dette er hensigtsmæssigt.

Forbrugerrådets forslag til ændring af markedsføringsloven i øvrigt

Korrigerende af den ny § 4 om reklameidentifikation

Forbrugerrådet er blevet opmærksom på, at det i bemærkningerne til den ny § 4 i markedsføringsloven, står anført følgende; "Der stilles ikke ubetinget krav om, at identifikationen skal ske i sammenhæng med reklamen, selvom det typisk vil være naturligt. Fx vil identifikationskravet kunne være opfyldt, såfremt det af rulleteksterne før eller efter filmen fremgår, at der har været anvendt produkter efter aftale med en eller flere erhvervsdrivende".

Med disse bemærkninger tillades produkt placering efter markedsføringsloven i modsætning til tidligere, hvilket slet ikke harmonerer med grundprincipperne i Radio- og fjernsynsloven og Radio- og tv-nævnets praksis.

Uanset at særreglerne for radio og fjernsyn fortsat vil beskytte forbrugere mod produkt placering i visse tilfælde, falder eksempelvis danske biografier udenfor beskyttelsen. Desuden er det betænkeligt, at den danske regering, på et tidspunkt hvor det kritiserede direktiv "TV-uden-grænser" endnu ikke er vedtaget, går forud og via markedsføringsloven baner vejen for en fremtidig ophævelse af princippet om adskillelse mellem reklamer og redaktionel journalistik. Forbrugerrådet skal konkret foreslå, at bemærkningerne til § 4 ændres således, at det udtrykkeligt anføres, at identifikationskravet ikke kan lovliggøre aftaler mellem producent og erhvervsdrivende om produkt placering jf. principperne i Radio- og fjernsynsloven. Reglerne om lovlig sponsorering vil naturligvis ikke blive berørt heraf.

Forbud mod reklamer for usunde fødevarer rettet mod børn

Behovet for at beskytte børn mod reklamering for usunde fødevarer er presserende, dels fordi markedsføring rettet mod børn er intensiveret bl.a. i kraft af ny teknologi, dels fordi antallet af overvægtige børn i Danmark er stadigt stigende. I forlængelse af den ny § 8 i markedsføringsloven om særlig beskyttelse af børn og unge, bør der derfor efter Forbrugerrådets opfattelse tilføjes et ekstra forbud vedrørende usunde fødevarer (jf. de engelske initiativer på området).

Med venlig hilsen

Rasmus Kjeldahl
Direktør

Anette Høyrup
Jurist

R

Henrik Bruun Johannessen (FS)

Fra: 1-FS Forbrugerstyrelsens Officielle Postkasse
Sendt: 9. august 2006 15:14
Til: 1-FS FPTHoering (FS)
Cc: Henrik Bruun Johannessen (FS)
Emne: VS: Udkast til lovforslag om ændring af markedsføringsloven - høringsvar
Vedhæftede filer: Høringsvar-090806-Forbrugerstyrelsen.doc

Til videre foranstaltning.

Mvh
susanne

Fra: Karin Fournais [mailto:KFO@ForsikringensHus.dk]
Sendt: 9. august 2006 15:08
Til: 1-FS Forbrugerstyrelsens Officielle Postkasse
Cc: Jakob Thyssen Valerius
Emne: Udkast til lovforslag om ændring af markedsføringsloven - høringsvar

Hermed fremsendes høringsvar fra F&P vedr. nævnte lovforslag.

Med venlig hilsen

F&P *Forsikring & Pension*

Karin Fournais
Fuldmægtig
Amaliegade 10, 1256 København K
Tlf. 3343 5500, Tlf. direkte 3343 5609
Fax 3343 5501

kfo@ForsikringensHus.dk
www.ForsikringensHus.dk

Forbrugerstyrelsen
Att.: Henrik Bruun Johannesen
Amagerfælledvej 56
2300 København S

Vores ref. JTV/kfo

Journalnr. 1.3.2.3-012

Deres ref.

Dato 09.08.2006

Udkast til lovforslag om ændring af markedsføringsloven

Med henvisning til Forbrugerstyrelsens brev af 30. juni 2006 fremsendes hermed F&P's bemærkninger til ovennævnte lovudkast:

Vi er meget bekymrede for den foreslåede ændring af markedsføringslovens § 12a, hvorefter der indføres en række nye oplysningskrav i forbindelse med fremsættelse af købsopfordring. Dette gælder ikke mindst i relation til kravet om prisoplysning.

Det er for det første vores opfattelse, at bestemmelsens anvendelsesområde er temmelig uklart. Der synes således at være noget selvmodsigende i, at opfordring til køb defineres som en situation, hvor der sker en angivelse af produktets pris og karakteristika, og hvor der så netop for denne situation stilles krav om, at der skal oplyses om varens væsentligste karakteristika samt pris. Det forekommer på den baggrund også uklart, hvornår man f.eks. i generel reklame- og markedsføringsammenhæng vil være omfattet af bestemmelsen. F&P skal opfordre til, at dette tydeliggøres - i det mindste i lovbemærkningerne.

For så vidt angår forsikringselskaber (og i øvrigt også andre finansielle virksomheder), skal det endvidere understreges, at disse i forbrugerftaleloven, forsikringsaftaleloven, bekendtgørelsen om god skik for finansielle virksomheder, livsforsikringsbekendtgørelsen m.v. allerede er underlagt lignende, meget detaljerede informationsforpligtelser. Som led i Regeringens bestræbelser på at lette de administrative byrder for erhvervslivet m.v., har der i Finanstilsynets regi - og med deltagelse af bl.a. Forbrugerstyrelsen - netop været gennemført et omfattende arbejde med henblik at forenkle og koordinere de mange informationsbestemmelser på det finansielle område. På den baggrund er det F&P's opfattelse, at man bør være yderst påpasselig med ikke at havne i en situation med indførelse af nye informationsregler, der (på ny) ikke er indbyrdes koordineret. Man bør i lovforslaget forholde sig til denne problematik.

For så vidt angår prisoplysningsforpligtelsen i markedsføringsammenhæng, skal det endelig påpeges, at en sådan forpligtelse ikke giver megen mening på forsikringsområdet, hvor prisfastsættelsen typisk afhænger af en række individuelle forhold hos den forsikrings søgende. Det giver heller ikke mening nærmere at redegøre for de aktuarmæssige forhold, der ligger til grund herfor. Dette er også baggrunden for, at finansielle virksomheder i vidt omfang er und-

taget fra de almindelige prisoplysningsregler i markedsføringslovens § 13. Vi skal meget kraftigt anmode om, at dette system ikke undermineres ved den foreslåede bestemmelse, og at dette spørgsmål i hvert fald belyses grundigt inden forelæggelsen for departementet.

Med venlig hilsen

Claus Tønnesen

/Jakob Thyssen Valerius

Høringssvar vedrørende Forslag til lov om markedsføring

Forbrugerstyrelsen
Att.: Henrik Bruun Johannessen
Amagerfælledvej 56
2300 København S.

JM/- 8. august 2006

Med henvisning til Forbrugerstyrelsens brev af 30. juni 2006 følger hermed Dansk Marketing Forums bemærkninger til ændringsforslagene.

Dansk Marketing Forum har følgende bemærkninger til de foreslåede ændringer:

§ 1 God markedsføringskik

Dansk Marketing Forum finder at den nuværende lovgivning og fortolkningen af "god markedsføringskik" har vist sig at fungere tilfredsstillende. Dansk Marketing Forum er forbeholden over for forslaget om at ændre til "må ikke være egnet til mærkbart at forvride forbrugernes økonomiske adfærd", idet denne dels skal tolkes og bestemmes i forhold til "en gennemsnitsforbruger" og dels skal vurderes i forhold til om den "mærkbart indskrænker (gennemsnits-) forbrugeren evne til at træffe en fornuftig transaktionsbeslutning".

Dansk Marketing Forum hilser en harmonisering af reglerne velkommen, men det er vort synspunkt, at der med de foreslåede ændringer vil være en risiko for, at lovforslaget medfører forvirring og manglende gennemsigtighed snarere end en forenkling. Det er helt afgørende at der udarbejdes en acceptabel og entydig definition af ovenstående.

§ 12a Købsopfordring

Dansk Marketing Forum mener, at oplysning er afgørende for at sikre forbrugeren en optimal beskyttelse. Forslaget om at oplysningskravet skal gælde i forbindelse med al "opfordring til køb, herunder kommerciel kommunikation" er for vidtrækkende. Der bør udarbejdes en klar beskrivelse af, hvad "opfordring til køb" omfatter, idet vores umiddelbare vurdering er at oplysningskravene ikke med rimelighed kan forventes at skulle omfatte al kommerciel kommunikation. En stor del af den kommercielle kommunikation/reklame er ikke og vil ikke kunne gøres egnet til at opfylde den foreslåede oplysningspligt. Dette gælder bl.a. TV- og radioannoncering, bill-boards, printannoncering, mv.

En klar definition af §12 stk. 2 ”kommerciel kommunikation, hvori produktets karakteristika og pris er angivet på en måde, som er passende i forhold til det anvendte kommercielle kommunikationsmiddel, og hvorved forbrugeren sættes i stand til at foretage et køb” er nødvendig for at kunne vurdere om ”opfordring til køb” er for vidtrækkende.

Med venlig hilsen
Dansk Marketing Forum



Steen Læssøe



Forbrugerstyrelsen
Amagerfælledvej 56
2300 København S

Att. Henrik Bruun Johannessen

Høringssvar til udkast til forslag til lov om ændring af lov om markedsføring

Overordnet har Finansrådet noteret sig, at det af udkastet til lovforslaget fremgår, at Økonomi- og Erhvervsministeriet vil fastsætte regler om urimelig handelspraksis, herunder urimelig vildledning i god skik bekendgørelserne. Finansrådet er enig i, at det er mest hensigtsmæssigt at samle lovgivningen for finansielle virksomheder her.

Finansrådet har følgende konkrete bemærkninger til udkastet:

Købsopfordring, § 7

I bemærkningerne til § 12a, stk 1. nr. 2 bør det fremgå, at kravet om at den erhvervsdrivendes adresse skal oplyses, kan honoreres ved blot at oplyse den erhvervsdrivendes navn, når der er tale om en landsdækkende forretning med mange lokale forretninger. Her må det formodes, at det lokale forretningssted er kendt af den enkelte forbruger.

Med venlig hilsen

Jeanne Blyt

Direkte 3370 1062
jed@finansraadet.dk

9. august 2006

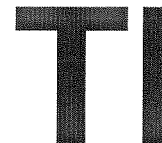
Finansrådets Hus
Amaliegade 7
1256 København K

Telefon 3370 1000
Fax 3393 0260

mail@finansraadet.dk
www.finansraadet.dk

Kontakt Jeanne Blyt
Direkte 3370 1062
jeb@finansraadet.dk

Journalnr. 341/01
Dok. nr. 150574-v1



Forbrugerstyrelsen
Att.: Henrik Bruun Johannessen
Amagerfælledvej 56
2300 København S

8. august 2006
IMT/SUP

Sendt pr. e-mail: fs@fs.dk

Høring vedrørende Forbrugerstyrelsens udkast til forslag om ændring af lov om markedsføring med henblik på at gennemføre direktiv 2005/29/EF af 11. maj 2005 om virksomheders urimelige handelspraksis over for forbrugere på det indre marked

Telekommunikationsindustrien i Danmark (TI) har modtaget Forbrugerstyrelsens brev af 30. juni 2006 og skal hermed fremkomme med sine bemærkninger til lovforslaget.

For så vidt angår lovforslagets formulering samt de almindelige bemærkninger til lovforslaget, har TI ingen bemærkninger hertil. TI er således enig i, at det er forslaget til § 12a, som påfører erhvervsdrivende nye forpligtelser og som derfor er af særlig interesse.

TI finder det beklageligt, at man i direktivet og derfor også i forslaget har defineret ”opfordring til køb” på en sådan måde, at det i mange tilfælde vil være vanskeligt for den erhvervsdrivende at afgøre, om der er tale om en købsopfordring. Ikke mindst når henses til at overtrædelse af bestemmelsen er strafbelagt.

Som følge heraf finder TI det vigtigt, at den danske bestemmelse i praksis ikke vil blive underlagt en mere udvidet fortolkning end hvad kræves efter direktivet. Derfor er det også afgørende, at bemærkningerne til lovforslaget ikke indeholder bidrag, som kan føre til en sådan mere udvidet fortolkning.

I bemærkningerne til lovforslagets enkelte bestemmelser er det på side 26 anført, at definitionen af ”en opfordring til køb” indeholder tre betingelser, som alle skal være opfyldt. ”Der skal for det første angives en karakteristik af produktet og dernæst en pris. Det er herudover en betingelse, at disse to oplysninger sætter forbrugeren i stand til at foretage et køb”. Videre anføres det på side 27 øverst, at ”ved omtale af et helt specifikt produkt, vil der kunne foreligge en opfordring til køb, hvis omtalen af det pågældende produkt indeholder centrale faktuelle

oplysninger samt pris.” og i 3. afsnit, at ”ved komplicerede varer og tjenesteydelser, vil kravene til omtalen af varens eller tjenesteydelsens karakteristika således værre større end ved ukomplicerede varer og tjenesteydelser, for at der foreligger en opfordring til køb”.

TI kan tiltræde disse bemærkninger, men finder det derimod uheldigt, når det på side 27, 4. afsnit, givne eksempel henviser til et telefonabonnement. Et telefonabonnement er netop en kompliceret tjenesteydelse, hvorfor reklamer for disse efter TI's opfattelse sjældent vil udgøre en egentlig opfordring til køb. TI skal derfor opfordre Forbrugerstyrelsen til at ændre dette eksempel.

For så vidt angår selve oplysningskravene, vil kravet om at skulle oplyse den erhvervsdrivendes fysiske adresse samt kravet om at skulle oplyse om fortrydelsesret og annulleringsret, hvis forbrugeren har en sådan ret, efter TI's opfattelse i nogle tilfælde medføre, at markedsføringen besværliggøres og at f.eks. reklamer vil komme til at indeholde en lang række oplysninger, som de færreste forbrugere kan overskue eller har nytte af. TI skal i den forbindelse i øvrigt bemærke, at TI ikke kan tiltræde den på side 28, nederst, anførte bemærkning om, at der også skal oplyses om en opsigelsesret i løbende kontraktforhold. En opsigelsesret er efter TI's opfattelse ikke det samme som en annulleringsret, idet sidstnævnte medfører, at en forbruger bliver stillet som om, der aldrig var indgået en aftale.

Ovennævnte gør sig især gældende, når det produkt, der reklameres for, kan købes via forskellige salgskanaler (f.eks. via egne butikker, forhandlere, hjemmeside og kundeservice) og hvor der således både vil være tale om fjersalg og ikke-fjersalg. I sådanne tilfælde vil det være vanskeligt og pladskrævende på forståelig vis at oplyse forbrugerne om de forskellige rettigheder, ligesom forbrugerne ikke i denne sammenhæng har nogen nytte af at få oplyst den erhvervsdrivendes hjemstedsadresse.

Disse forhold understreger således også vigtigheden af, at der i dansk ret ikke foretages en udvidet fortolkning af købsopfordrings-begrebet.

Med venlig hilsen



Ib M. Tolstrup

Forbrugerstyrelsen
Amagerfælledvej 56
2300 København S.

fs@fs.dk

Hellerup, den 9. august 2006

Vedr.: Bemærkninger til forslag til lov om ændring af lov om markedsføring

Dansk Textil Union, Danmarks Skohandlerforening samt Danmarks Tapet- og Farvehandlerforening har modtaget udkastet til forslag til lov om ændring af lov om markedsføring i høring. I den forbindelse skal vi takke for det fremsendte forslag.

Indledningsvis skal vi henvise til det af HTSI indsendte høringssvar, som vi grundlæggende støtter.

Vi ser positivt på, at ændringerne i markedsføringsloven ikke vil medføre de store ændringer i praksis og har ikke yderligere kommentarer til indholdet af ændringerne.

Vi ser frem til at blive underrettet efterhånden, som processen skrider frem.

Med venlig hilsen

Jens Birkeholm
Direktør

Katrine Vitfell Pedersen
Jurist

Forbrugerstyrelsen
Forbrugerpolitisk Enhed
Amagerfælledvej 56
2300 København S.

Att.: Henrik Bruun Johannesen

København, den
28. juli 2006
J.nr. H.23-104
HD
Dir.tlf. 3264 4579
e-mail: hd@de.dk

Vedr.: Høring over udkast til forslag om lov om ændring af markedsføring

Dansk Ejendoms mæglerforening har modtaget ovenstående forslag og skal hermed fremkomme med foreningens kommentarer hertil:

Det fremgår af det fremlagte forslag, at forslag til ændring af lov om markedsføring sker på baggrund af, at direktivet om urimelig handelspraksis skal gennemføres i dansk ret.

Ud fra det modtagne materiale må foreningen konstatere, at forslaget kun omfatter få ændringer af de gældende bestemmelser i markedsføringsloven og at lovforslaget ikke umiddelbart ændrer den gældende retstilstand.

Foreningen har derfor følgende kommentarer til ændringsforslagets enkelte bestemmelser:

AD § 1

Foreningen har ingen bemærkninger.

AD § 2

Foreningen har ingen bemærkninger

AD § 3

Foreningen har ingen bemærkninger.

AD § 5

Foreningen har ingen bemærkninger.

AD § 12a

Af den foreslåede § 12a, stk. 1 nr. 3 fremgår det, at prisen skal angives inklusiv afgifter. Foreningen har forstået bestemmelsen således, at afgifter der betales direkte til tredjemand som f. eks. tinglysningsafgift ikke skal oplyses her, således at bestemmelsen bliver identisk med den nugældende § 13 om prisoplysning og prismarkedsføring jf. bemærkningerne til bestemmelsen s. 28.

I medfør af lov om forbrugerbeskyttelse ved erhvervelse af fast ejendom mv., kap. 2 har en køber af en fast ejendom fortrydelsesret, såfremt der er indgået aftale om køb af en fast ejendom, der hovedsageligt er bestemt til beboelse for køberen. Køberen kan fortryde sit køb senest 6 hverdage efter, at aftalen om køb er indgået. Det er en betingelse for udnyttelse af fortrydelsesretten, at køber skriftligt giver meddelelse til sælger eller sælgers ejendomsmægler om, at han ønsker at fortryde, og at han betaler en godtgørelse på 1 % af den nominelle købesum til sælger. Køber skal i et særskilt dokument der udleveres sammen med købsaftalen være underrettet om fortrydelsesretten. Ordlyden af dette dokument er nøje fastlagt i bilag 1 til bekendtgørelse nr. 950 af 8. december 1995 om oplysning om fortrydelsesret ved erhvervelse af fast ejendom.

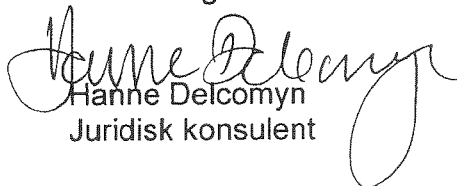
Foreningen forudsætter, at betingelserne om oplysning om fortrydelsesret er opfyldt, når betingelserne i lov om forbrugerbeskyttelse ved erhvervelse af fast ejendom mv. iagttages, således at der ikke skal gives oplysning tidligere i handelsforløbet i medfør af den foreslåede bestemmelse i markedsføringslovens § 12a, stk. 1, nr. 5 som f.eks. i salgsoptilling, udstillingsmateriale, internetannoncering mv. Endvidere beror spørgsmålet på om der er fortrydelsesret eller ej om den konkrete køber er omfattet af loven og dermed har fortrydelsesret, hvorfor det på udbudstidspunktet ikke vides, om der i handlen vil være fortrydelsesret. Såfremt det vurderes, at udbud af fast ejendom er omfattet af den foreslåede § 12a, stk. 1, nr. 5 foreslås bestemmelsen tilføjet flg.: "...medmindre andet er bestemt efter den øvrige lovgivning".

For så vidt angår timeshare lejligheder fremgår retten til fortrydelsesret af lov om forbruger aftaler, der giver brugsret til fast ejendom på timeshare-basis, kap. 5. Der opstilles her nærmere betingelser til fortrydelsesrettens længde mv. Det er foreningens opfattelse, at disse oplysninger bør gives i forbindelse med indgåelse af købsaftalen. Foreningen skal derfor henstille til, at det tydeligt kommer til at fremgå, at oplysningerne i dette tilfælde er givet rettidigt, såfremt de gives i forbindelse med købsaftalens indgåelse. Efter foreningens opfattelse er dette også i overensstemmelse med § 12, stk. 2 hvor det fremgår: "Ved en opfordring til køb forstås en kommerciel kommunikation rettet mod forbrugerne, hvori produktets karakteristika og pris er angivet på en måde, som er passende i forhold til det anvendte kommercielle kommunikationsmiddel, og hvorved forbrugeren sættes i stand til at foretage et køb". Ved køb af fast ejendom sættes forbrugeren reelt først i stand til at foretage et køb ved fremlæggelse af en købsaftale.

AD § 14

Foreningen har ingen bemærkninger.

Med venlig hilsen


Hanne Delcomyn
Juridisk konsulent

Dansk Ejendomsmæglerforening

Islands Brygge 43

DK-2300 København S

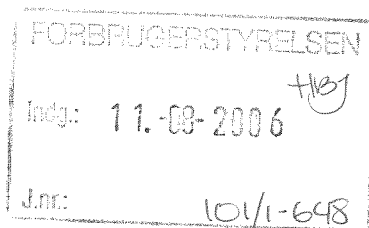
Tlf.: +45 7025 0999

Fax: +45 3264 4599

E-mail: de@de.dk

Internet: www.de.dk

Forbrugerstyrelsen
Amagerfælledvej 56
2300 København S



R

Børnerådet

Vesterbrogade 35A
1620 København V
Tlf.: 3378 3300
Fax: 3378 3301
E-mail: brd@brd.dk
www.boerneraadet.dk

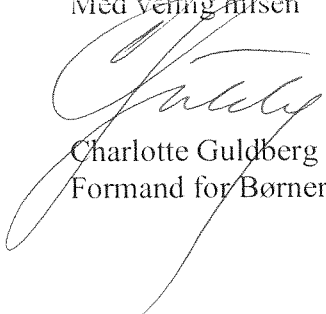
Børnerådets høringssvar vedr. udkast til forslag til lov om ændring af lov om markedsføring

Journal nr.: 3.3-2005-1015
am

Børnerådet takker for den tilsendte høring om ændring af lov om markedsføring med henblik på at gennemføre direktivet om urimelig handelspraksis i dansk ret.

Børnerådet har ingen kommentarer til udkastet.

Med venlig hilsen


Charlotte Guldborg
Formand for Børnerådet


Annette Juul Lund
Sekretariatschef

Henrik Bruun Johannessen (FS)

Fra: Louise Palludan Kampmann (FS)
Sendt: 16. august 2006 12:19
Til: Henrik Bruun Johannessen (FS)
Emne: VS: Udkast til forslag til lov om ændring af lov om markedsføring

Værsgo Henrik
Louise

Fra: 1-FS Forbrugerstyrelsens Officielle Postkasse
Sendt: 16. august 2006 11:55
Til: 1-FS FPTHoering (FS)
Emne: VS: Udkast til forslag til lov om ændring af lov om markedsføring

til videre foranstaltning

Mvh
Susanne

Fra: Marianne Jensen [mailto:MJ@ddd.dk]
Sendt: 16. august 2006 11:53
Til: 1-FS Forbrugerstyrelsens Officielle Postkasse
Emne: Udkast til forslag til lov om ændring af lov om markedsføring

Forbrugerstyrelsen
Att. Jeanette Vejliin

Høring over udkast til forslag til lov om ændring af lov om markedsføring - Sag 101/1-648

Forbrugerstyrelsen har den 30. juni 2006 sendt ovenstående udkast til høring. For god ordens skyld meddeles det herved, at Den Danske Dyrlægeforening ingen bemærkninger har til det fremsendte materiale.

Venlig hilsen
Marianne Jensen - sagsnr. 0601549 - jhn/mj

Forbrugerstyrelsen
Amagerfælledvej 56
2300 København S.

København den 10. august 2006

Høringssvar om udkast til forslag til lov om ændring af lov om markedsføring

Radio- og tv-nævnet har modtaget Forbrugerstyrelsens høringsbrev af 30. juni 2006 vedrørende udkast til forslag til lov om ændring af lov om markedsføring med henblik på at gennemføre direktivet om urimelig handelspraksis i dansk ret.

Grundet sommerferie og en kort høringsfrist har det ikke været muligt at foreligge materialet for Radio- og tv-nævnet, som først har sit næste møde den 23. august 2006. Nærværende hørings svar er derfor afgivet af Mediesekretariatet og ikke på Nævnets vegne.

Mediesekretariatet har imidlertid ingen bemærkninger til forslaget.

Med venlig hilsen

Christina Sigvardt
Cand.jur.

Mediesekretariatet

Vognmagergade 10, 1.
1120 København K

Telefon 3318 6868
Telefax 3318 6869

rtv@mediesekretariatet.dk
www.mediesekretariatet.dk

CVR nr. 11 88 46 52

Bank: Jyske Bank
Reg.nr. 8109
Konto nr. 1002 295

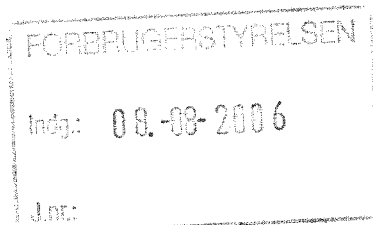
DEN ALMINDELIGE DANSKE LÆGEFORENING



Forbrugerstyrelsen
Forbrugerpolitisk Enhed
Amagerfælledvej 56
2300 København S

FPE

Juridisk Sekretariat
8. august 2006
J. 2006-2459
Dok. 14239
nm.lmp

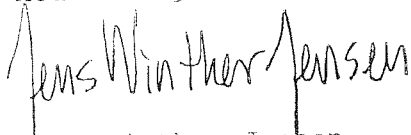
**Sag 101/1-648. Udkast til ændring af lov om markedsføring**

Ved mail modtaget den 30. juni 2006 har Forbrugerstyrelsen anmodet om Lægeforeningens eventuelle bemærkninger til ovennævnte udkast til lovforslag.

I denne anledning meddeles, at Lægeforeningen ikke har bemærkninger til udkastet.

Det fremgår af lovudkastet, at lov om markedsføring af sundhedsydelser også er omfattet af direktivet, og at denne lov derfor heller ikke vil kunne opretholdes uændret. Lægeforeningen forventer herefter at blive hørt over et kommende udkast til forslag om ændring af lov om markedsføring af sundhedsydelser.

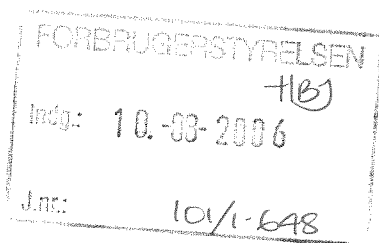
Med venlig hilsen


Jens Winther Jensen

Advokatrådet

Forbrugerstyrelsen
Amagerfælledvej 56
2300 København S

E-mail: fs@fs.dk



ADVOKAT



SAMFUNDET

KRONPRINSESSEGADE 28
1306 KØBENHAVN K
TLF. 33 96 97 98
FAX 33 36 97 50

DATO: 08-08-2006
J.NR.: 04-013402-06-1395
REF.: kch-kch

FPE

Høring over udkast til lov om ændring af lov om markedsføring

Forbrugerstyrelsen har ved mail af 30. juni 2006 anmodet om Advokatrådets bemærkninger til ovennævnte lovforslag.

Forslaget har været forelagt Advokatrådets Privatrets- og Erhvervsudvalg, hvorefter bemærkes, at forslaget ikke giver Advokatrådet anledning til at fremkomme med bemærkninger.

Med venlig hilsen

Steffen Pihlblad



MINISTERIET FOR FAMILIE-
OG FORBRUGERANLIGGENDER

Forbrugerstyrelsen

Forbrugerstyrelsen
Forbrugerpolitisk Enhed
Fuldmægtig Henrik Bruun Johannessen
Amagerfælledvej 56
2300 København S

Sendes pr. e-post: fs@fs.dk

Høring over udkast til forslag til lov om ændring af lov om markedsføring

9. august 2006

Med henvisning til Forbrugerstyrelsens e-post af 30. juni 2006 vedrørende ovenstående skal Ministeriet for Videnskab, Teknologi og Udvikling meddele, at vi ikke har bemærkninger hertil.

Ministeriet for Videnskab

Teknologi og Udvikling

Bredgade 43

1260 København K

Telefon 3392 9700

Telefax 3332 3501

E-post vt@vtu.dk

Netsted www.vtu.dk

CVR-nr. 1680 5408

Med venlig hilsen

Bente Olsen
Chefkonsulent

Sagsnr. 62954

Dok-id 464465

Bente Olsen

Telefon 3392 9991

Telefax 7226 5546

E-post bol@vtu.dk

R

Henrik Bruun Johannessen (FS)

Fra: Maiken Michelsen [mmi@kum.dk]

Sendt: 9. august 2006 15:24

Til: 1-FS Forbrugerstyrelsens Officielle Postkasse

Cc: Henrik Bruun Johannessen (FS); Lars M Banke

Emne: Forbrugerstyrelsens sag nr. 101/1-648

Kære Forbrugerstyrelsen

Som svar på styrelsens høring af 30. juni 2006 vedrørende udkast til ændring af markedsføringsloven, skal Kulturministeriet herved oplyse, at det ikke har bemærknigner til det fremsendt materiale.

Med venlig hilsen

Maiken Michelsen

R

Henrik Bruun Johannessen (FS)

Fra: Jeanette Vejlin (FS)
Sendt: 9. august 2006 09:59
Til: Henrik Bruun Johannessen (FS)
Emne: VS: Høring over udkast til forslag til lov om ændring af lov om markedsføring

Fra: Renè Arnt [<mailto:landsformand@dk-u.dk>]
Sendt: 8. august 2006 22:12
Til: Jeanette Vejlin (FS)
Emne: SV: Høring over udkast til forslag til lov om ændring af lov om markedsføring

Til Forbrugerstyrelsen.

Dansk Kørelærer-Union skal hermed meddele, at den ikke har nogen bemærkninger til det fremsendte udkast.

Med venlig hilsen.
Dansk Kørelærer-Union

René Arnt
Landsformand.
Telefon: 40 84 45 42
Mail: landsformand@dk-u.dk

Emne: VS: Høring over udkast til forslag til lov om ændring af lov om markedsføring

Fra: Jeanette Vejlin (FS) [<mailto:JV@fs.dk>]
Sendt: 4. juli 2006 10:40
Til: samfund@advocom.dk; Amtsrådsforeningen; ae@net.dialog.dk; info@begravelsedanmark.dk; bfe@bfe.dk; Danske Læskedrik Fabrikanten (info); brd@brd.dk; cad@cad.dk; daf@daf.dk; daf@aktiveforbrugere.dk; dff@fotobranchen.dk; info@optikerforeningen.dk; drf@travelassoc.dk; bm@skohandlerforening.dk; sport@dsf-sport.dk; daf@annoncoer.dk; dlf@dansk-dlf.dk; de@de.dk; df@danskfagpresse.dk; df@fysio.dk; dhs@dhs.dk; di@di.dk; dk-u@dk-u.dk; dmu-mags@internet.dk; dmf@d-m-f.dk; sekretariat@postordre.org; dtf@dtf-dk.dk; info@dansktp.dk; info@textile.dk; mail@dtu.com; tips@tips.dk; andel@landbrug.dk; kontakt@bedemand.dk; danske-biludlejere@mail.tele.dk; ddf@danskedagblade.dk; info@danske-distriktsblade.dk; adm@adfh.dk; medierne@medierne.dk; drfb@drfb.dk; jhm@j-h-matthiesen.dk; dbi@bilimp.dk; dadl@dadl.dk; post@dommerforening.dk; ddd@ddd.dk; hphg@mail.stofanet.dk; dsk@d-s-k.dk; eogs@eogs.dk; FDB; fdm@fdm.dk; feha@feha.dk; post@finansogleasing.dk; fm@fm.dk; mail@finansraadet.dk; finanstilsynet@ftnet.dk; Gitte Albrecht Pedersen (FS); Carsten Strøjer (FS); Hagen Jørgensen (FS); hoeringer@fbr.dk; abp@hts.dk; kontakt@fdih.net; jl@fdim.dk; post@ugeaviserne.dk; frr@frr.dk; fsr@fsr.dk; fp@forsikringenshus.dk; FVST; horesta@horesta.dk; htsi@htsi.dk; hvr@hvr.dk; Indenrigs- og Sundhedsministeriet; itst@itst.dk; itb@itb.dk; itek@di.dk; jm@jm.dk; kl@kl.dk; ks@ks.dk; kum@kum.dk; kvr@kvinderaad.dk; Landbrugsrådet; lasf@lasf.dk; bb@ac.dk; Miljøministeriet; [fvm](mailto:fvm;); vtu@vtu.dk; info@garanti.dk; nbl@worldonline.dk; ofr@oil-forum.dk; pto@pto.dk; post@shret.dk; rtv@mediesekretariatet.dk; rr@realkreditraadet.dk; annika.lund@sas.dk; skm@skm.dk; info@danboat.com; post@teleindu.dk; trm@trm.dk; e-post@tv2.dk; info@tvdanmark.dk; uvm@uvm.dk; vsod@hts.dk; Økonomi- og Erhvervsministeriet
Cc: Henrik Bruun Johannessen (FS); Ulla Brøns Petersen (FS)
Emne: SV: Høring over udkast til forslag til lov om ændring af lov om markedsføring

R

Henrik Bruun Johannessen (FS)

Fra: 1-FS Forbrugerstyrelsens Officielle Postkasse
Sendt: 9. august 2006 08:58
Til: 1-FS FPTHøring (FS)
Cc: Henrik Bruun Johannessen (FS)
Emne: VS: Forslag til lov om ændring af lov om markedsføring

Til videre foranstaltning.

Mvh
Susanne

Fra: Trine Haag Kreiser [mailto:THK@hts.dk]
Sendt: 9. august 2006 08:48
Til: 1-FS Forbrugerstyrelsens Officielle Postkasse
Emne: Forslag til lov om ændring af lov om markedsføring

Til Forbrugerstyrelsen

Med henvisning til høringsbrev af 30. juni 2006 vedr. ovenstående skal jeg oplyse, at HTS-A ikke har bemærkninger.

Med venlig hilsen

Trine Haag Kreiser
Konsulent
HTS-A Arbejdsgiver- og Erhvervsorganisationen
Sundkrogskaj 20
2100 København Ø
E-mail: thk@hts.dk
Direkte tlf.: + 45 77 33 46 66
Mobil: + 45 22 28 16 76
www.htsa.dk

Denne mail er blevet scannet af <http://www.virus112.com>

R

Henrik Bruun Johannessen (FS)

Fra: 1-FS Forbrugerstyrelsens Officielle Postkasse
Sendt: 9. august 2006 08:43
Til: 1-FS FPTHoering (FS)
Cc: Henrik Bruun Johannessen (FS)
Emne: VS: Høringsvar

Til videre foranstaltning.

Mvh
Susanne

-----Oprindelig meddelelse-----

Fra: Danske Biludlejere [mailto:danske-biludlejere@mail.tele.dk]
Sendt: 9. august 2006 08:47
Til: 1-FS Forbrugerstyrelsens Officielle Postkasse
Emne: Høringsvar

Vi henviser til Deres mail af 30. juni 2006 med høring over udkast til forslag til lov om ændring af lov om markedsføring.

Vi har ingen bemærkninger til dette lovforslag.

Med venlig hilsen
DANSKE BILUDLEJERE
Poul Hansen
Risvangen 26 - 2700 Brønshøj
Mail: danske-biludlejere@mail.tele.dk
Tlf.: 38 80 40 45 - Fax: 38 80 40 42

R

Henrik Bruun Johannessen (FS)

Fra: 1-FS Forbrugerstyrelsens Officielle Postkasse
Sendt: 9. august 2006 08:21
Til: 1-FS FPTHoering (FS)
Cc: Henrik Bruun Johannessen (FS)
Emne: VS: Høring over udkast til forslag til lov om ændring af lov om markedsføring

Til videre foranstaltning.

Mvh
Susanne

Fra: Postkasse, 1AFD_4KT (DEP)
Sendt: 8. august 2006 16:40
Til: 1-FS Forbrugerstyrelsens Officielle Postkasse
Cc: Susie Hosainzadeh (DEP); Charlotte Fruensgaard (DEP); Anders T. Christensen (DEP)
Emne: SV: Høring over udkast til forslag til lov om ændring af lov om markedsføring

Til Forbrugerstyrelsen

Fødevareministeriet skal hermed meddele, at ministeriet ingen bemærkninger har til ovennævnte lovforslag.

Med venlig hilsen

Reena Singh
(Fuldmægtig)

Ministeriet for Fødevarer, Landbrug og Fiskeri
Departementet
Juridisk Kontor (1.4. kontor)
Holbergsgade 2
1057 København K

Tlf.: 33 92 20 96
Fax: 33 15 80 73
e-mail: resi@fvm.dk

-----Oprindelig meddelelse-----

Fra: Jeanette Vejlin (FS)
Sendt: 30. juni 2006 13:01
Til: samfund@advocom.dk; Amtsrådsforeningen; ae@net.dialog.dk; info@begravsedanmark.dk; bfe@bfe.dk; Danske Læskedrik Fabrikanten (info); brd@brd.dk; cad@cad.dk; daf@daf.dk; Aktiveforbrugere(daf); dff@fotobranschen.dk; do@optikerforening.dk; drf@travelassoc.dk; bm@skohandlerforening.dk; sport@dsf-sport.dk; daf@annoncoer.dk; dlf@dansk-dlf.dk; de@de.dk; df@danskfagpresse.dk; df@fysio.dk; dhs@dhs.dk; di@di.dk; dk-u@dk-u.dk; dmu-mags@internet.dk; dmf@d-m-f.dk; sekretariat@postordre.org; dtf@dtf-dk.dk; info@dansktip.dk; info@textile.dk; mail@dtucom.dk; tips@tips.dk; andel@landbrug.dk; kontakt@bedemand.dk; danske-biludlejere@mail.tele.dk; ddf@danskedagblade.dk; info@danske-distriktsblade.dk; adm@adfh.dk; medierne@medierne.dk; drrb@drrb.dk; jhm@j-h-matthiesen.dk; dbi@bilimp.dk; dadl@dadl.dk;

09-08-2006

R

Henrik Bruun Johannessen (FS)

Fra: 1-FS Forbrugerstyrelsens Officielle Postkasse
Sendt: 9. august 2006 08:20
Til: 1-FS FPTHoering (FS)
Cc: Henrik Bruun Johannessen (FS)
Emne: VS: Høring Markedsføringsloven

Vedhæftede filer: VS_ Høring over udkast til forslag til lov om ændring af lov om markedsføring.TXT; VS Høring over udkast til forslag til lov om ændring af lov om markedsføring.sjl; lovforslag høring 300606_doc.doc; Høringsliste markedsføringsloven_xls.XLS; høringsbrev_doc.doc
SJSendHandler: sjLightOutlook

Til videre foranstaltning.

Mvh
Susanne

Fra: Lars Aslo-Petersen (FVST)
Sendt: 8. august 2006 16:50
Til: 1-FS Forbrugerstyrelsens Officielle Postkasse
Emne: Høring Markedsføringsloven

Fødevarestyrelsen har ingen bemærkninger til det fremsendte.



VS_ Høring over
udkast til for...



VS Høring over
udkast til fors...



lovforslag høring
300606_doc.d...



Høringsliste
markedsføringslov...



høringsbrev_doc.do
c (40 KB)

Med venlig hilsen

Lars Aslo

Fødevarestyrelsen

6. kontor

Kontoret for dyrevelfærd, kvalitet og markedsføring

☎: +45 33 95 62 24

✉: lap@fvst.dk



LANDBRUGSRÅDET

Forbrugerstyrelsen
Amagerfællesvej 56
2300 København S
Att.: Henrik Bruun Johannessen, pr. e-mail: fs@fs.dk

8. august 2006
AGH/MJO
Tlf 33394510
Fax 33394515
agh@landbrug.dk

Høring af forslag til lov om ændring af markedsføringsloven

Forbrugerstyrelsen har bedt Landbrugsrådet om bemærkninger til ovennævnte. Vi takker for høringsmuligheden.

Landbrugsrådet har på nuværende tidspunkt ingen kommentarer, men forbeholder sig retten til at vende tilbage.

Med venlig hilsen
Landbrugsrådet

Anne Grete Hartwell
Erhvervspolitisk konsulent
Andels- & Erhvervs vilkår

R

Henrik Bruun Johannessen (FS)

Fra: Gitte Albrecht Pedersen (FS) på vegne af Forbrugerombudsmanden (FS)

Sendt: 8. august 2006 11:06

Til: Henrik Bruun Johannessen (FS)

Emne: VS: Høringssvar: Udkast til forslag til ændring af markedsføringsloven

Med venlig hilsen
På Forbrugerombudsmandens vegne

Gitte Albrecht Pedersen
Chefsekretær
Telefon direkte: 32 66 92 78
E-mail: gap@fs.dk

Forbrugerombudsmanden
Amagerfælledvej 56
2300 København S
www.forbrug.dk

Fra: Lotte Engbæk Larsen [<mailto:LEL@bryggeriforeningen.dk>]

Sendt: 8. august 2006 10:43

Til: 1-FS Forbrugerstyrelsens Officielle Postkasse

Emne: Høringssvar: Udkast til forslag til ændring af markedsføringsloven

Til Forbrugerstyrelsen,

Bryggeriforeningen takker for muligheden for at komme med bemærkninger til udkastet til forslag til lov om ændring af markedsføringsloven (jf. jeres e-mail af 30. juni 2006).

Bryggeriforeningen har ingen kommentarer til udkastet.

Med venlig hilsen

Lotte Engbæk Larsen

Chefkonsulent, Bryggeriforeningen

Tlf. +45 72 16 24 27

E-mail: lel@bryggeriforeningen.dk

Danish Brewers' Association

Faxehus, Gl. Carlsberg Vej 16

DK - 2500 Valby

Henrik Bruun Johannessen (FS)

Fra: Gitte Albrecht Pedersen (FS) på vegne af Forbrugerombudsmanden (FS)

Sendt: 8. august 2006 11:06

Til: Henrik Bruun Johannessen (FS)

Emne: VS: Høring over udkast til forslag til lov om ændring af lov om markedsføring

Med venlig hilsen
På Forbrugerombudsmandens vegne

Gitte Albrecht Pedersen
Chefsekretær
Telefon direkte: 32 66 92 78
E-mail: gap@fs.dk

Forbrugerombudsmanden
Amagerfælledvej 56
2300 København S
www.forbrug.dk

Fra: Michael Mücke Jensen [<mailto:mmj@oliebranchen.dk>]

Sendt: 8. august 2006 08:14

Til: 1-FS Forbrugerstyrelsens Officielle Postkasse

Emne: Høring over udkast til forslag til lov om ændring af lov om markedsføring

Til Forbrugerstyrelsen

Oliebranchens Fællesrepræsentation har ingen kommentarer til det fremsendte lovforslag om ændring af lov om markedsføring.

Med venlig hilsen

Michael Mücke Jensen
Oliebranchens Fællesrepræsentation
Danish Petroleum Industry Association
Vognmagergade 7
DK-1120 Copenhagen K
Tlf. +45 33 45 65 10
Tlf. direct. +45 33 45 65 14
Mobil +45 20 42 26 36

Jeanette Vejlin (FS)

HBJ 101/1-648^R

Fra: Skatteministeriet Skatteministeriet [skm@skm.dk]
Sendt: 4. juli 2006 09:30
Til: Jeanette Vejlin (FS)
Emne: Svar: Høring over udkast til forslag til lov om ændring af lov om markedsføring

Til Forbrugerstyrelsen

Skatteministeriet har ingen bemærkninger.

Med venlig hilsen

René Mikkelsen
Skatteministeriet
rm@skm.dk

>>> "Jeanette Vejlin (FS)" <JV@fs.dk> 30-06-06 13:00 >>>
Vedhæftet fremsendes udkast til forslag til lov om ændring af lov om markedsføring i høring.

Forbrugerstyrelsen skal anmode om at modtage eventuelle bemærkninger til lovforslaget inden den 9. august 2006.

Høringssvarene bedes sendt til Forbrugerstyrelsen, fs@fs.dk.

Med venlig hilsen

f/Henrik Bruun Johannessen

Jeanette Vejlin
chefsekretær

Direkte: +45 32669208

E-mail: jv@fs.dk <BLOCKED::mailto:jv@fs.dk>

Forbrugerstyrelsen

Forbrugerpolitisk Enhed

Amagerfælledvej 56

2300 København S

www.forbrug.dk <BLOCKED::http://www.forbrug.dk/>



MINISTERIET FOR FAMILIE-
OG FORBRUGERANLIGGENDER

Forbrugerstyrelsen

Dommerfuldmægtigforeningen

Forbrugerstyrelsen
Amagerfælledvej 56
2300 København S

Bestyrelsesmedlem
Henrik Gjørup
c/o Fogedretten i Århus
Kannikegade 16
8000 Århus C
tlf. 86 12 59 11 – 7019
e-mail hg@dommerfm.dk

Århus, den 4. juli 2006

J.nr. 33/06

J.nr. 101/1-648 – høring

Ved brev af 30. juni 2006 har styrelsen anmodet Dommerfuldmægtigforeningen om eventuelle bemærkninger til udkast til forslag til lov om ændring af markedsføringsloven.

I den anledning kan jeg meddele, at Dommerfuldmægtigforeningen ikke finder anledning til at fremkomme med bemærkninger til udkastet.

Dette høringssvar sendes kun pr. e-mail.

Med venlig hilsen

Henrik Gjørup

Forbrugerstyrelsen
Amagerfælledvej 56
2300 København S

Att.: Fuldmægtig, cand.jur.
Henrik Bruun Johannessen

Pr. e-mail: fs@fs.dk

12. juli 2006

Høring over udkast til forslag til lov om ændring af lov om markedsføring

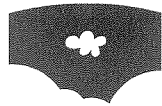
Tak for muligheden for at kommentere forslaget.

Vi har ingen bemærkninger.

Med venlig hilsen



Michael Rugaard
afdelingschef

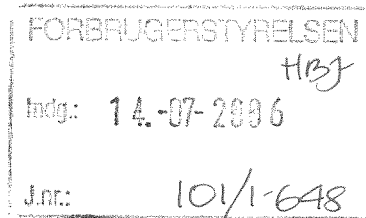


D · A · F

R

Forbrugerstyrelsen
Att.: Henrik Bruun Johansen
Amagerfælledvej 56
2300 København S

12. juli 2006
J.nr. 56648
pl/ -



Vedrørende høring over udkast til forslag til lov om ændring af lov om markedsføring

Foreningen har modtaget Deres henvendelse af 30. juni 2006, Deres sagsnummer 101/1-648, vedrørende høring over udkast til forslag til lov om ændring af lov om markedsføring.

Det skal meddeles, at Foreningen ikke har bemærkninger til det fremsendte udkast til lovforslag.

Med venlig hilsen
Danmarks Automobilforhandler Forening

P. Pernille Mahler Larsen
Pernille Mahler Larsen
Juridisk Afdeling

R

Jeanette Vejlin (FS)

Høj 101/1-648

Fra: Lotte Bredahl Fogh (KS) [LOB@ks.dk]

Sendt: 18. juli 2006 13:51

Til: 1-FS Forbrugerstyrelsens Officielle Postkasse

Emne: Høring over udkast til forslag til lov om ændring af lov om markedsføring

Forbrugerstyrelsen har ved brev af 30. juni 2006 anmodet om Konkurrencestyrelsens bemærkninger til udkast til forslag til lov om ændring af markedsføringsloven med henblik på at gennemføre direktivet om urimelig handelspraksis i dansk ret.

Konkurrencestyrelsen har ikke nogen bemærkninger til forslaget.

Med venlig hilsen

Lotte Bredahl Fogh

Konkurrencestyrelsen

Nyropsgade 30

1780 København V

Email: lob@ks.dk

Tlf.: +45 72 26 81 77

Fax: +45 33 32 61 44

Henrik Bruun Johannessen (FS)

Fra: 1-FS Forbrugerstyrelsens Officielle Postkasse

Sendt: 31. juli 2006 15:17

Til: Henrik Bruun Johannessen (FS)

Emne: VS: Udkast til forslag til ændring af lov om markedsføring, att. Henrik Bruun Johannesen

Vidersendes hermed.

Hilsen Tine Mikkelsen

Fra: Marie Louise Larsen [mailto:mll@fysio.dk]

Sendt: 31. juli 2006 14:58

Til: 1-FS Forbrugerstyrelsens Officielle Postkasse

Cc: Ann Sofie Orth

Emne: Udkast til forslag til ændring af lov om markedsføring, att. Henrik Bruun Johannesen

Kære Henrik Bruun Johannesen

Danske Fysioterapeuter har ingen kommentarer til udkast til forslag til ændring af lov om markedsføring.

På side 15 i almindelige bemærkninger til lovforslaget fremgår, at "Lov nr. 326 af 6. maj 2003 om markedsføring af sundhedsydelse falder inden for direktivets anvendelsesområde og kan derfor ikke opretholdes uændret. Der vil derfor blive fremsat separat lovforslag om ændring af denne lov".

For en ordens skyld skal jeg gøre opmærksom på, at Danske Fysioterapeuter forventer at blive hørt i forbindelse med fremsættelse af et sådant lovforslag.

Venlig hilsen

Marie Louise Larsen
Forhandlingskonsulent
Danske Fysioterapeuter
Nørre Voldgade 90
1358 København K
Tlf. 33414620
Mailto: mll@fysio.dk - www.fysio.dk

R

Henrik Bruun Johannessen (FS)

Fra: 1-FS Forbrugerstyrelsens Officielle Postkasse
Sendt: 7. august 2006 14:15
Til: 1-FS FPTHoering (FS)
Cc: Henrik Bruun Johannessen (FS)
Emne: VS: Høring over udkast til forslag til lov om ændring af lov om markedsføring

Til videre foranstaltning.

mvh
 susanne

Fra: Cecile Christensen [mailto:CEC@itst.dk]
Sendt: 7. august 2006 10:39
Til: 1-FS Forbrugerstyrelsens Officielle Postkasse
Cc: Jørgen Abild Andersen; Finn Petersen; I-MAR - enhedspostkasse
Emne: SV: Høring over udkast til forslag til lov om ændring af lov om markedsføring

Kære Henrik Bruun Johannessen

IT- og Telestyrelsen har ingen bemærkninger til det fremsendte udkast til forslag til lov om ændring af lov om markedsføring.

mvh.

Cecile Christensen
 Direktionssekretær
 IT- og Telestyrelsen
 Holsteinsgade 63
 DK-2100 København Ø

Tlf.: +45 35 45 00 00
 Dir.: +45 35 45 02 88
 E-mail: cec@itst.dk
 Web: www.itst.dk

-----Oprindelig meddelelse-----

Fra: Jeanette Vejlin (FS) [mailto:JV@fs.dk]
Sendt: 30. juni 2006 13:01
Til: samfund@advocom.dk; Amtsrådsforeningen; ae@net.dialog.dk; info@begravelsedanmark.dk; bfe@bfe.dk; Danske Læskedrik Fabrikanter (info); brd@brd.dk; cad@cad.dk; daf@daf.dk; daf@aktiveforbrugere.dk; dff@fotobranschen.dk; do@optikerforening.dk; drf@travelassoc.dk; bm@skohandlerforening.dk; sport@dsf-sport.dk; daf@annoncoer.dk; dlf@dansk-dlf.dk; de@de.dk; df@danskfagpresse.dk; df@fysio.dk; dhs@dhs.dk; di@di.dk; dk-u@dk-u.dk; dmu-mags@internet.dk; dmf@d-m-f.dk; sekretariat@postordre.org; dtf@dtf-dk.dk; info@dansktip.dk; info@textile.dk; mail@dtucom.dk; tips@tips.dk; andel@landbrug.dk; kontakt@bedemand.dk; danske-biludlejere@mail.tele.dk; ddf@danskedagblade.dk; info@danske-distriktsblade.dk; adm@adfh.dk; medierne@medierne.dk; drrb@drrb.dk; jhm@j-h-matthiesen.dk; dbi@bilimp.dk; dadl@dadl.dk; post@dommerforening.dk; ddd@ddd.dk; hphg@mail1.stofanet.dk; dsk@d-s-k.dk; Erhvervs- og Selskabsstyrelsen; FDB; fdm@fdm.dk; feha@feha.dk; post@finansogleasing.dk; Finansministeriet; mail@finansraadet.dk; Finanstilsynet; Gitte Albrecht Pedersen (FS); Carsten Strøjer (FS); Hagen Jørgensen (FS); hoeringer@fbr.dk; abp@hts.dk; fdih@fdih.dk; jl@fdim.dk; post@ugeaviserne.dk; frr@frr.dk; fsr@fsr.dk; fp@forsikringenshus.dk; FVST; horesta@horesta.dk; htsi@htsi.dk; hvr@hvr.dk; Indenrigs- og Sundhedsministeriet; I-ITST - enhedspostkasse; itb@itb.dk; itek@di.dk;