

Erhvervsudvalget  
L 2 - Bilag 5  
Offentligt



MINISTERIET FOR  
FAMILIE- OG  
FORBRUGERANLIGGENDER

Til Folketingets Erhvervsudvalg

MINISTEREN

27. november 2006

Folketingets Erhvervsudvalg har med skrivelse af 6. november 2006 anmodet om min besvarelse af spørgsmål 1.

**Spørgsmål 1:**

”Er ministeren enig i, at det er en uskik inden for forbrugerretten at anvende totalharmonisering, som tvinger lande til at forringe deres beskyttelsesniveau?”

**Svar:**

Såfremt det indre marked skal udvikles til gavn for forbrugerne og virksomhederne, må der på fællesskabsplan etableres ensartede regler, der dels sikrer et højt forbrugerbeskyttelsesniveau, dels giver erhvervslivet en bedre og enklere adgang til at foretage grænseoverskridende markedsføring og handel. Dermed sikres ens konkurrencevilkår for europæiske virksomheder, fordi fælles regler gør det lettere at handle på tværs af grænserne for både virksomheder og forbrugere.

Ved vurderingen af, om det i det enkelte tilfælde er acceptabelt at anvende totalharmonisering fremfor minimumsharmonisering, er det vigtigt at se på harmoniseringsniveauet og reglernes indhold, herunder om de sikrer et tilstrækkeligt højt beskyttelsesniveau.

Det vil således bero på, om den rette balance mellem beskyttelsesniveauet i et forslag og gældende dansk ret overordnet set sikres, når der skal tages stilling til om totalharmonisering kan accepteres i det enkelte tilfælde.

Lars Barfoed

/Malene Linderoth



Til Folketingets Erhvervsudvalget

MINISTEREN

27. november 2006

Folketingets Erhvervsudvalg har med skrivelse af 6. november 2006 anmodet om min besvarelse af spørgsmål 2.

**Spørgsmål 2:**

”Er ministeren enig i, at ændringen af markedsføringslovens § 3 vil medføre en forringelse af det danske beskyttelsesniveau?”

**Svar:**

Som det fremgår af bemærkningerne til den nye § 3, stk. 1, er formålet med den foreslåede bestemmelse i § 3, stk. 1, at videreføre den beskyttelse mod vildledende og utilbørlig markedsføring, som i dag fremgår af lovens § 3, og samtidig tilpasse reglerne til direktivet om urimelig handelspraksis art. 6 og 7. Det vil sige til den terminologi, som anvendes i direktivet og til den fremgangsmåde, som direktivet foreskriver, at der skal anvendes for at afgøre, om der foreligger en vildledende markedsføring. Det er vurderingen, at den nye affattelse af § 3, stk. 1, ikke i realiteten vil betyde en ændring af retstilstanden.

Af bemærkningerne fremgår det endvidere, at det i det gældende vildledningsforbud i § 3 er et krav, at markedsføringen er egnet til at påvirke efterspørgsel og udbud af varer, fast ejendom og andre formuegoder samt arbejds- og tjenesteydelser. Det vil sige, at markedsføringen har en kommerciel effekt. I den nye bestemmelse er det ligeledes et krav, at markedsføringen skal have en kommerciel effekt. Beskrivelsen af denne effekt tager i modsætning til den gældende § 3 udgangspunkt i modtagerens adfærd, uden at der dermed er tilsigtet en materiel ændring i forhold til gældende ret.

Disse bemærkninger gør sig gældende for hele forslaget til nyaffattelse af § 3, og der er ikke tilsigtet en ændring af retstilstanden med ændringen af markedsføringslovens § 3.

Lars Barfoed

/Malene Linderoth



Til Folketingets Erhvervsudvalg

MINISTEREN

27. november 2006

Folketingets Erhvervsudvalg har med skrivelse af 6. november 2006 anmodet om min besvarelse af spørgsmål 3.

**Spørgsmål 3:**

”Vil ministeren svare på, om der er andre EU-lande end Danmark, som i kraft af de forestående ændringer af markedsføringsdirektivet tvinges til at forringe deres forbrugerbeskyttelsesniveau?”

**Svar:**

Ligesom i Danmark ser man heller ikke i de øvrige nordiske lande direktivet som en trussel mod den gældende forbrugerbeskyttelse. Jeg har ikke kendskab til, at dette skulle være tilfældet i de øvrige EU-lande.

Lars Barfoed

/Malene Linderoth