



ØKONOMI- OG  
ERHVERVS MINISTEREN

21. april 2010

**Besvarelse af spørgsmål 169 alm. del stillet af Erhvervsudvalget den 24. marts 2010 efter ønske fra Pia Olsen Dyhr (SF).**

ØKONOMI- OG  
ERHVERVS MINISTERIET  
Slotsholmsgade 10-12  
1216 København K

**Spørgsmål 169:**

Med henvisning til artiklen i Politiken den 12. marts 2010 om reklamer rettet mod børn for uvirksomme slankemidler <http://politiken.dk/tjek/digitalt/article921304.ece> bedes ministeren afklare hvad retsgrundlaget er i forhold til disse reklamer.

Tlf. 33 92 33 50  
Fax 33 12 37 78  
CVR-nr 10 09 24 85

[oem@oem.dk](mailto:oem@oem.dk)

[www.oem.dk](http://www.oem.dk)

**Svar:**

Artiklen i Politiken den 12. marts 2010 omhandler en reklame for kosttilskud på hjemmesiden [www.stardoll.dk](http://www.stardoll.dk), der er rettet mod børn. På hjemmesiden markedsføres kosttilskuddet via en henvisning til en såkaldt blog på en anden hjemmeside, [www.dietfriends.net](http://www.dietfriends.net), hvor fiktive personer anpriser produktets slankende virkning.

Jeg har til brug for besvarelsen af spørgsmålet indhentet bidrag fra Forbrugerombudsmanden og Ministeriet for Fødevarer, Landbrug og Fiskeri.

Forbrugerombudsmanden har oplyst, at det ikke fremgår klart, hvem der står bag hjemmesiden [www.stardoll.com](http://www.stardoll.com), men der er tilsyneladende tale om en svensk hjemmeside, der retter sig mod det danske marked.

Vedrørende retsgrundlaget har Forbrugerombudsmanden oplyst, at markedsføring rettet mod børn og unge er reguleret i markedsføringslovens § 8, jf. § 1. Ministeriet for Fødevarer, Landbrug og Fiskeri har oplyst, at markedsføring af kosttilskud er omfattet af fødevarerlovgivningen. Relevant for denne reklame er anprisningsforordningen (1924/2006) og det generelle vildledningsforbud i art. 16 i fødevarerforordningen (178/2002).

Ministeriet for Fødevarer, Landbrug og Fiskeri har endvidere oplyst, at Fødevarestyrelsen vil vurdere, hvorvidt anprisnings- og vildledningsreglerne er overtrådt i denne sag. I vurderingen vil det imidlertid være afgørende, at virksomheden, der er ansvarlig for markedsføring på internettet, kan identificeres, og at myndighederne i virksomhedens hjemland kan og vil gribe ind over for ulovlig markedsføring. I lyset af Ministeriet for Fødevarer, Landbrug og Fiskeris besvarelse har Forbrugerombudsmanden oplyst, at han i samarbejde med de svenske myndigheder vil undersøge omstændighederne omkring den konkrete hjemmeside, herunder om hjemmesiden overholder den danske markedsføringslov.