



ØKONOMI- OG
ERHVERVSMINISTEREN

16. juni 2010

Besvarelse af spørgsmål 380 alm. del stillet af Udvalget for Fødevarer, Landbrug og Fiskeri den 20. maj 2010 efter ønske fra Benny Engelbrecht (S).

ØKONOMI- OG
ERHVERVSMINISTERIET
Slotsholmsgade 10-12
1216 København K

Spørgsmål:

Vil ministeren redegøre for, i hvilket omfang de danske markedsføringsregler finder anvendelse ved markedsføring i udlandet rettet mod det danske marked – eksempelvis ved udenlandske domæner på internettet, hvor teksten er på dansk.

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

Svar:

Spørgsmålet vedrører det geografiske anvendelsesområde for markedsføringsloven.

Det traditionelle udgangspunkt er, at markedsføringsloven gælder for virksomheder, som markedsfører sig i Danmark. Det betyder, at markedsføringstiltag underlægges lovgivningen i det land, hvor tiltaget har virkning – altså der, hvor markedet påvirkes.

Ved vurderingen af om en markedsføring har virkning i Danmark, og dermed om markedsføringsloven finder anvendelse, lægges der bl.a. vægt på, om markedsføringen er på dansk, og om der kan betales for den pågældende vare eller ydelse i danske kroner.

Der gælder imidlertid særlige regler inden for EU.

Ifølge e-handelsdirektivet, som er implementeret i dansk ret ved e-handelsloven, gælder der i forbindelse med e-handel inden for EU's grænser et afsenderlandsprincip, hvorefter de erhvervsdrivende som udgangspunkt alene er undergivet den offentligretlige lovgivning i deres etableringsland, uanset hvilket land i EU de markedsfører sig overfor og på hvilket sprog.

Nogle områder er dog undtaget fra afsenderlandsprincippet. Det gælder bl.a. visse spørgsmål om ophavsret, ophavsretsbeslægtede rettigheder, databaser, industrielle rettigheder, udstedelse af elektroniske penge, investeringsinstitutters markedsføring, forsikringsvirksomhed, kontraktforpligtelser i forbindelse med forbrugerkontrakter samt spørgsmålet, om det er tilladt at sende uopfordret kommerciel kommunikation via elektronisk post eller lignende (spam).

Det er Forbrugerombudsmanden, der fører tilsyn med markedsføringslo-

ven i Danmark. Hvis ikke forholdet er omfattet af afsenderlandsprincippet, har Forbrugerombudsmanden principielt de samme muligheder for at gribe ind overfor udenlandske erhvervsdrivende, som han har over for erhvervsdrivende i Danmark.

Jeg kan derudover oplyse, at EU-forordningen om forbrugerbeskyttelses-samarbejde etablerer et bindende samarbejde mellem de europæiske håndhævelsesmyndigheder. Forordningen finder anvendelse på overtrædelse af en række EU-retsakter, som beskytter forbrugernes kollektive interesser.

I praksis indebærer forordningen, at hvis en virksomhed i et andet EU-land – fx Frankrig – overtræder en af de i forordningen oplyste retsakter i Danmark, kan Forbrugerombudsmanden bede den relevante myndighed i Frankrig om at gribe ind over for den franske virksomhed, forudsat at markedsføringen også er i strid med de franske regler, som implementerer den pågældende EU-retsakt. Omvendt kan Forbrugerombudsmanden under de samme betingelser blive bedt om at gribe ind over for et dansk firma, som krænker lovgivningen i Frankrig.