



## Folketingets Erhvervs-, Vækst- og Eksportudvalg

ERHVERVSMINISTEREN

20. januar 2017

### Besvarelse af spørgsmål 15 ad L 40 stillet af udvalget den 12. januar 2017 efter ønske fra Karin Gaardsted (S) og Mette Reissmann (S).

ERHVERVSMINISTERIET

Slotsholmsgade 10-12

1216 København K

#### Spørgsmål:

I ministerens svar på spørgsmål 2 om de erhvervsdrivendes øgede muligheder for at sende reklamemails til forbrugeren, skriver ministeren, at ”Den foreslåede bestemmelse viderefører den gældende § 6, stk. 2, med en tilpasning, der betyder, at bestemmelsens begreb ”egne tilsvarende produkter”, som den erhvervsdrivende må sende markedsføring om, fremover skal fortolkes bredere end i dag. [...] Tilpasningen skaber en mere logisk og dynamisk regel, der sikrer forbrugerne mulighed for at få de reklamer, de gerne vil have.” Ministeren bedes oversende dokumentation, som viser at forbrugerne efterspørger denne bredere fortolkning af ”egne tilsvarende produkter”.

Tlf. 33 92 33 50

Fax 33 12 37 78

CVR-nr 10 09 24 85

EAN nr. 5798000026001

em@em.dk

www.em.dk

#### Svar:

Det var anbefalingen fra et bredt flertal i Markedsføringslovsudvalget, at der skulle indføres en lempeligere fortolkning af, hvornår der er tale om ”egne tilsvarende produkter”.

Der blev ikke i forbindelse med Markedsføringslovsudvalgets anbefaling lavet forbrugerundersøgelser, som fx interviews eller andet, af, om forbrugerne efterspørger den bredere fortolkning af ”egne tilsvarende produkter”. Anbefalingen blev givet, fordi den eksisterende mulighed i den gældende markedsføringslov § 6, stk. 2, for at sende markedsføring om ”egne tilsvarende produkter”, er uden praktisk relevans, og fordi der her var en mulighed for at tilpasse loven til de tendenser, vi ser inden for de erhvervsdrivendes markedsføring i dag.

Regeringen har valgt at følge flertallets anbefaling, så virksomhederne kan markedsføre sig på måder, der er relevante i forhold til den måde, samfundet og teknologien udvikler sig på.

Regeringen har den holdning, at vi skal udnytte de muligheder, der efterhånden udvikles for, at forbrugerne kan modtage markedsføring, der er målrettet den enkelte forbruger. Selvfølgelig under forudsætning af, at det dels sker inden for rammerne af den relevante lovgivning og dels under forudsætning af, at forbrugerne nemt og gebyrfrit kan fravælge denne markedsføring, hvilket er en betingelse efter lovforslaget.

Regeringen mener desuden, at markedsføring er med til at understøtte en velfungerende konkurrence, fordi markedsføring er med til at give forbrugerne mulighed for aktivt at vælge mellem flere produkter og under-

søge, hvor de får mest for pengene.

Jeg skal i øvrigt bemærke, at jeg d. 18. januar 2017 har bedt Erhvervs-, Vækst- og Eksportudvalget om at optage en præcisering af bemærkningerne til den foreslåede § 10, stk. 2, i udvalgets betænkning om lovforslaget. Præciseringen afgrænser begrebet ”egne tilsvarende produkter” til alene at kunne omfatte produkter inden for samme tilsvarende vare- eller tjenesteydelsesgrupper, således at der kun kan sendes reklamemails inden for samme produktkategori. Det betyder, at såfremt der i et stormagasin f.eks. er købt beklædning, kan der alene sendes reklamemails vedrørende beklædning, men ikke f.eks. legetøj. Begrebet kan altså ikke udvides til at omfatte andre produktkategorier.

Med venlig hilsen

Brian Mikkelsen