



## Folketingets Erhvervs-, Vækst- og Eksportudvalg

ERHVERVSMINISTEREN

2. marts 2017

### Besvarelse af spørgsmål 34 ad L L 40 stillet af udvalget den 6. februar 2017 efter ønske fra René Gade (ALT).

ERHVERVSMINISTERIET

Slotsholmsgade 10-12  
1216 København K

#### Spørgsmål:

Vil ministeren yde teknisk bistand til udarbejdelse af ændringsforslag om, at de forslag til ændringer, der ikke er implementering af EU-regler, udgår af lovforslaget?

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:

Som det også fremgår af min besvarelse af Erhvervs-, Vækst- og Eksportudvalgets spørgsmål 33 ad L 40, så er en stor del af bestemmelserne i forslaget til en ny markedsføringslov (L 40) en implementering af EU-regulering.

Det fremgår også af besvarelsen af spørgsmål 33 ad L 40, at lovforslagets § 24 (kapitel 6) om retsmidler, §§ 25-26 og §§ 28-30 om Forbrugerombudsmandens virksomhed, § 31 om Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens virksomhed, §§ 32-38 (kapitel 9) om retsforfølgning, påbud og erstatning og § 39 (kapitel 10) om henlæggelsesbeføjelser ikke er en direkte implementering af EU-ret, men i stedet understøtter gennemførelsen af EU-regulering. Det er således vurderet, at de pågældende bestemmelser er nødvendige at have med i loven for at sikre håndhævelsen af markedsføringsloven og herigennem den bagvedliggende EU-regulering. Det er vurderingen, at det vil bringe markedsføringsloven i strid med EU-retten, hvis disse bestemmelser ophæves. Der er derfor ikke udarbejdet ændringsforslag for så vidt angår disse bestemmelser.

Der er desuden ikke udarbejdet ændringsforslag vedrørende lovforslagets § 1 om lovens anvendelsesområde, §§ 40-41 (kapitel 11) om ikrafttræden og §§ 42-50 (kapitel 12) om ændring af anden lovgivning, selvom bestemmelserne ikke implementerer EU-regler. Dette skyldes, at bestemmelserne, der er af lovteknisk karakter og alene sætter rammerne for markedsføringslovens anvendelse, er nødvendige for, at lovforslaget kan anvendes og fungere i praksis.

Lovforslaget indeholder herudover bestemmelser i § 2, nr. 13, §§ 3, 11, 14, 15, 16, 22 og 23, der ikke implementerer EU-regulering, og som er udtryk for nationale særregler. Disse bestemmelser er medtaget i lovforslaget, fordi de skaber øget klarhed omkring lovens indhold, eller fordi de hver især varetager et særligt beskyttelseshensyn i forhold til forbrugere eller i forholdet mellem to erhvervsdrivende.

Det drejer sig om definitionen af et gebyr i § 2, nr. 13, og om erhvervsdrivendes pligt til at handle i overensstemmelse med god markedsføringskik på de områder, som ikke er reguleret af EU-retten. Det er f.eks. i det indbyrdes forhold mellem to erhvervsdrivende. Det kan også være ved markedsføring, hvor beskyttelseshensynet ikke er forbrugernes økonomiske interesser men i stedet andre hensyn, som blandt andet hensynet til generel smag og anstændighed, sikkerhed, sundhed eller andre samfundsmæssige hensyn, jf. lovforslagets § 3.

Det drejer sig endvidere om, at erhvervsdrivende skal udvise et særligt hensyn over for børn og unge i deres markedsføring, jf. lovforslagets § 3, stk. 3 og § 11.

Det drejer sig også om, at forbrugeren generelt skal oplyses klart og tydeligt om priser, jf. forslaget § 14, at forbrugeren skal modtage en specificeret regning, der sætter forbrugeren i stand til at kontrollere prisen for ydelsen, jf. forslaget § 15, og om at forbrugere skal varsles, når gebyrer i løbende kontraktforhold ændres til ugunst for forbrugeren, jf. forslaget § 16.

Det drejer sig endeligt om beskyttelse af erhvervsdrivendes forretningskendetegn og erhvervshemmeligheder, jf. lovforslagets § 22-23.

De bestemmelser i lovforslaget, der ikke er en implementering af EU-regulering, er indeholdt i forslaget på baggrund af anbefalinger fra et enigt markedsføringslovsudvalg, blandt andet fordi bestemmelserne varetager en række særlige beskyttelseshensyn.

Da regeringen ønsker at opretholde disse særlige beskyttelseshensyn, kan jeg ikke støtte et eventuelt ændringsforslag.

Når der ønskes et ændringsforslag, kan det således teknisk udformes som nedenfor.

”Ændringsforslag stillet [dato]

### **Ændringsforslag**

til 2. behandlingen af

Lov om markedsføring (L 40)

Til § 2

1) § 2, nr. 13 udgår.

Stk. 2, nr. 14-15, bliver herefter stk. 3, nr. 13-14.

[Udeladelse af definitionen af et gebyr]

Til § 3

2) § 3 udgår.

[Udeladelse af regel om erhvervsdrivendes pligt til at handle i overensstemmelse med god markedsføringsskik]

Til § 11

3) § 11 udgår.

[Udeladelse af regel om handelspraksis rettet mod børn og unge]

Til § 14

4) § 14. stk. 1 udgår.

Stk. 2, bliver herefter til stk. 1.

[Udeladelse af regel om pligt til klart og tydeligt at oplyse om prisen for et produkt]

Til § 15

5) § 15 udgår.

[Udeladelse af regel om faktureringspligt for regningsarbejde]

Til § 16

6) § 16 udgår.

[Udeladelse af regel om den erhvervsdrivendes pligt til at varsle forbrugeren ved ændring af gebyrer eller opkrævning af nye gebyrer]

Til § 22

7) § 22 udgår.

[Udeladelse af regel om beskyttelse af forretningskendetegn]

Til § 23

8) § 23 udgår.

[Udeladelse af regel om beskyttelse om erhvervshemmeligheder]

## Bemærkninger

### Til nr. 1

Med ændringen udgår definitionen af et gebyr af lovforslaget.

### Til nr. 2

Med ændringen ophæves erhvervsdrivendes pligt til at handle i overensstemmelse med god markedsføringsskik på områder, der ikke påvirker forbrugernes økonomiske interesser, men hvor intentionen alene er at beskytte andre hensyn, f.eks. vedrørende smag og anstændighed, sikkerhed, sundhed eller andre samfundsmæssige hensyn.

Med ændringen ophæves endvidere pligten for erhvervsdrivende til at handle i overensstemmelse med god markedsføringsskik i det indbyrdes forhold mellem to erhvervsdrivende.

Endeligt medfører ændringen en ophævelse af kravet om, at handelspraksis, som er rettet mod børn og unge, eller hvor børn og unge er særligt sårbare over for den pågældende handelspraksis, skal være udformet med særlig hensyntagen til børns og unges naturlige godtroenhed og manglende erfaring og kritiske sans, som bevirker, at de er nemmere at påvirke og nemmere at præge.

### Til nr. 3

Med ændringen ophæves forbuddet mod, at handelspraksis rettet mod børn og unge under 18 år direkte eller indirekte opfordrer til vold eller anden farlig eller hensynsløs adfærd eller på utilbørlig måde benytter sig af vold, frygt eller anden overtro som virkemidler.

Med ændringen ophæves endvidere forbuddet mod, at handelspraksis rettet mod børn og unge under 18 år indeholder omtale af, billeder eller henvisninger til rusmidler, herunder alkohol.

### Til nr. 4

Med ændringen ophæves pligten for den erhvervsdrivende, der udbyder produkter til forbrugerne, til klart og tydeligt at oplyse om produkternes pris i sin handelspraksis.

### Til nr. 5

Med ændringen ophæves kravet i relation til tjenesteydelser, der er udført efter regning om, at forbrugeren skal modtage en specificeret regning, der sætter forbrugeren i stand til at kontrollere prisen for de produkter, der indgår i ydelsen.

Med ændringen ophæves endvidere hjemlen for erhvervsministeren til – efter forhandling med vedkommende fagminister samt repræsentanter for

forbrugerne og de relevante erhvervsorganisationer – at fastsætte særregler om undtagelser til kravet om, at forbrugeren skal modtage en specificeret regning, herunder regler om oplysninger i forbindelse med ydelse af kredit.

#### Til nr. 6

Med ændringen ophæves kravet om, at størrelsen eller opkrævningen af et gebyr, der ikke er reguleret ved lov, i løbende kontraktforhold alene kan ændres til ugunst til forbrugeren, hvis betingelserne herfor er klart fremhævet i kontrakten.

Med ændringen ophæves endvidere kravet om, at ændring af gebyrer eller opkrævning af nye gebyrer i løbende kontraktforhold skal varsles med rimelig frist, inden de får virkning for forbrugeren.

Med ændringen ophæves endvidere kravet om, at varslingen skal ske til forbrugeren ved individuel kommunikation, inden ændringen får virkning, såfremt gebyrændringen er væsentlig, eller der opkræves et nyt gebyr.

Med ændringen ophæves endvidere kravet om, at det skal fremgå af varslingen, såfremt forbrugeren har ret til at opsige aftalen, ligesom det skal fremgå, under hvilke betingelser forbrugeren kan opsige aftalen.

#### Til nr. 7

Med ændringen ophæves forbuddet mod, at erhvervsdrivende benytter forretningskendetegn og lign., der ikke tilkommer dem, eller benytter egne kendetegne på en måde, der er egnet til at fremkalde forveksling med andre.

#### Til nr. 8

Med ændringen ophæves forbuddet mod på utilbørlig måde at skaffe sig kendskab til eller rådighed over erhvervsdrivendes erhvervshemmeligheder.

Med ændringen ophæves endvidere restriktionerne i forhold til ubeføjet viderebringelse eller anvendelse af andres erhvervshemmeligheder.”

Med venlig hilsen

Brian Mikkelsen