



## **INSPIRATIONSPUNKTER**

### **[KUN DET TALTE ORD GÆLDER]**

15. november 2018

**Samråd i ERU den 15. november 2018 – Spørgsmål Y stillet efter ønske fra Karin Gaardsted (S)**

#### **[Indledning]**

- Tak for invitationen til samrådet i dag, hvor jeg vil besvare samrådsspørgsmål Y om prisportaler.
- Som I alle ved vinder digitalisering og nye digitale forretningsmodeller frem med stor hast. I regeringen er vi optaget af, hvordan vi kan styrke innovation og digitale teknologier, for digitaliseringen skaber uden tvivl mange muligheder for både virksomheder og forbrugere.
- Samtidig er det også vigtigt at være opmærksom på, at de nye digitale markedsmodeller i visse tilfælde gør det svære og mere ugenomsigtigt for forbrugeren at navigere.
- Prisportaler giver forbrugerne adgang til et stort produktudbud og nye markeder. Det kan hjælpe forbrugerne til at danne et hurtigt overblik over mulighederne på et marked. Det er til gavn for konkurrencen og forbrugerne.
- Men prisportalerne rummer også nye udfordringer for forbrugerne. Det er eksempelvis vigtigt, at forbrugerne kan forstå og gennemskue søgeresultaterne på prisportalerne. Vi skal løbende sikre, at den forbrugerrettede regulering er afstemt efter de vilkår, som den digitale udvikling skaber.
- Derfor fremlagde regeringen i maj måned en forbrugerpolitisk strategi med en række konkrete initiativer, der skal gøre det nemmere at være forbruger og træffe gode valg i en digital verden.
- En del af strategien handler netop om behovet for øget gennemsigtighed på online platforme.

**[Forbrugerrådet TÆNK har anmeldt fem prisportaler for vildledning og skjult reklame]**

- Jeg er bekendt med, at Forbrugerrådet TÆNK har lavet en kampagne, der sætter fokus på prisportaler. Forbrugerrådet har undersøgt kvaliteten af sammenligningstjenester inden for tre områder: flybilletter, mobilabonnementer og elektronik og hårde hvidevarer.
- TÆNK's undersøgelse af 14 flyprisportaler viser, at portalerne i mange tilfælde ikke finder de billigste rejser, selvom portalerne lover det. Forbrugerrådet har med afsæt i analysen anmeldt fem portaler til Forbrugerombudsmanden for vildledende markedsføring eller skjult reklame.
- Jeg kan også oplyse, at Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen er i gang med en beslægtet analyse af hotelbookingplatforme. Den undersøgelse skal belyse konkurrencesituationen blandt hotelbookingplatforme for at se, om der er særlige konkurrencemæssige udfordringer for danske hoteller. Men vil også se på forbrugernes vilkår på platformene, som også er emnet for dagens samråd.
- Jeg ser frem til at modtage resultaterne af undersøgelsen og dele den med jer, når vi får den.

**[Klare regler i markedsføringsloven]**

- Som erhvervsminister er jeg naturligvis optaget af, at virksomhederne overholder reglerne.
- Vi har allerede i dag regler, som bliver håndhævet vha. markedsføringsloven og Forbrugerombudsmanden.
- Den nuværende markedsføringslov er udtryk for en god balance mellem, at virksomhederne på den ene side skal have nogle fornuftige rammer, samtidig med at forbrugerne på den anden side skal have et godt værn mod vildledende markedsføring.

- Men den teknologiske udvikling betyder, at der kommer nye former for digital markedsføring, som vores regulering også skal tage højde for.
- Regler må ikke stå i vejen for nye forretningsmodeller og ideer. Men det er også vigtigt, at vi fortsat sikrer et højt niveau af forbrugerbeskyttelse.
- Når prisportaler markedsfører sig med, at de fx kan finde det billigste tilbud, skal portalerne overholde markedsføringslovens regler om blandt andet forbud mod vildledning og skjult reklame.
- Hvis en portal giver udtryk for, at den screener hele markedet og finder de bedste priser, så er det vildledende for forbrugerne, hvis portalen *ikke* screener hele markedet, men kun et udsnit af markedet – fx hos de virksomheder, som portalen får penge af.
- Og hvis en portal viser reklamer blandt søgeresultaterne, skal portalen oplyse tydeligt om, at der er tale om en reklame. Ellers er det i strid med markedsføringslovens regler om skjult reklame.
- Det er Forbrugerombudsmanden der, som uafhængig myndighed, fører tilsyn med, at reglerne i markedsføringsloven overholdes.
- Forbrugerombudsmanden har i den konkrete sag om Forbrugerrådets klage over fem flyprisportaler oplyst, at hun har besluttet at rette henvendelse til de to af selskaberne, som er etableret i Danmark, med henblik på at få dem til at ændre deres markedsføring.
- Forbrugerombudsmanden oplyser, at det ene af selskaberne allerede har tilrettet deres markedsføring.
- Hvad angår de resterende tre selskaber, som TÆNK har anmeldt, oplyser Forbrugerombudsmanden, at de er etableret i udlandet. Selvom selskaberne markedsfører sig i Danmark, er det ifølge e-handelsdirektivet, etableringslandets regler, der gælder, og tilsvarende også myndighederne i det

land, hvor virksomhederne er oprettet, som skal håndhæve reglerne.

- Forbrugerombudsmanden har derfor oplyst, at hun på baggrund af TÆNK's klage vil tage kontakt til sine kollegaer i det fælles europæiske forbrugerbeskyttelsessamarbejde med henblik på en afdækning af problemets omfang, og undersøge om der er grundlag for en fælles europæisk aktion på området.
- Forbrugeombudsmanden oplyser, at det er hendes opfattelse, at området vedrørende prisportaler generelt må anses for at have en international dimension.

**[EU-Kommissionens forslag om øget gennemsigtighed på online markedsplaser]**

- Jeg er meget enig i Forbrugerombudsmandens vurdering af prisportaler, som et grænseoverskridende markedsområde.
- De største og mest udbredte prisportaler i Danmark, som eksempelvis Momondo, Booking.com og Trivago er etableret i andre EU-lande.
- Forbrugerne vil derfor opleve den mest effektive beskyttelse gennem fælles regler, der omfatter alle platforme i EU, og ikke kun de danske regler.
- Som en del af det forbrugerpolitiske udspil arbejder regeringen derfor lige nu aktivt for EU-kommissionens forslag til en revision af det europæiske forbrugerregelsæt – den såkaldte ”New Deal for Consumers” - og den kommende ”Platform to Business”-forordning, der har fokus på at fremme gennemsigtigheden på onlinetjenester. Begge forslag handler om regler, der øger gennemsigtigheden på online platforme for henholdsvis forbrugere og virksomhedsbrugere.
- Forslaget fra EU-Kommissionen i forbindelse med ”New Deal for Consumers” går blandt andet ud på at præcisere, at forbuddet mod skjult reklame ikke blot gælder redaktionelt

indhold i traditionelle medier, men også for søgeresultater, der kommer frem som respons på forbrugernes online søgninger.

- Derfor skal online markedspladser efter forslaget markere søgeresultater, der indeholder ”betalte placeringer” - dvs. hvor nogen betaler for en højere placering - eller ”betalt visning” - dvs. hvor nogen betaler for at blive vist på listen over søgeresultater.
- Forslaget indeholder også en række oplysningsforpligtelser for online markedspladser. Det er blandt andet et krav, at onlinemarkedspladser skal oplyse om de vigtigste parametre for, hvordan de forskellige tilbud rangordnes, og om det er onlinemarkedspladsen eller den erhvervsdrivende, der er ansvarlig for at sikre forbrugerrettigheder i forbindelse med kontrakten.
- Derudover forhandler Danmark sammen med de øvrige EU-lande netop nu ”Platform to Business”-forordningen, der skal skabe bedre rammevilkår for de virksomhedsbrugere, der sælger deres varer og services på online platforme.
- Formålet med forslaget er at skabe mere gennemsigtighed i forholdet mellem platforme og deres virksomhedsbrugere. En del af forslaget vedrører, at søgemaskiner – herunder også prisportaler – skal oplyse om de vigtigste parametre, der ligger til grund for prisportalens rangering af virksomhedernes produkter.
- Det betyder bl.a., at en prisportal fx skal oplyse, hvis betaling fra en virksomhedsbruger har betydning for rangeringen af et produkt eller en service.

**[Forbrugerrådet TÆNK’s forslag om en branchefinansieret frivillig mærkningsordning]**

- For at vende tilbage til Forbrugerrådet TÆNK’s undersøgelse af markedet for prisportaler, så er jeg også bekendt

med, at rådet foreslår, at der indføres en frivillig branchefinansieret mærkningsordning.

- Som jeg allerede har understreget, er jeg meget enig i, at det skal være nemmere for forbrugerne at gennemskue eksempelvis søgeresultaterne på prisportalerne.
- Det er også vigtigt for mig, at vi ikke indfører regler og regulering nationalt, som ikke styrker forbrugerbeskyttelsen, da virksomhederne enten er eller kan flytte til et land uden de regler, og forsætte deres virke i Danmark.
- Danske virksomheder skal ikke stilles ringere ift. nationale krav, når effekten af de her årsager sandsynligvis ikke bliver bedre forbrugerbeskyttelse.
- Jeg er optaget af en god og effektive forbrugerbeskyttelse, og tror på, at vi opnår det bedst og mest effektivt ved fælles europæiske regler på det område.
- I en verden, hvor forbrugerne i stigende grad køber og sammenligner produkter på internettet og på tværs af grænser, er det vigtigt, at vi har nogle fælles europæiske regler, så forbrugerne er beskyttet, uanset, om de sammenligner eller køber varen i Danmark, Tyskland eller Frankrig eller andre lande.
- Jeg anerkender derfor, at Forbrugerombudsmanden nu vil kontakte sine kolleger i de andre EU-lande for en afdækning af problemets omfang og på den baggrund vurdere, om der er behov for en fælles aktion på området.
- Samtidig arbejder regeringen, som nævnt for, lige nu aktivt sammen med de øvrige EU-lande på at få indført fælles spilleregler, som dermed kommer til at omfatte alle prisportaler i EU og ikke kun de danske.
- Hvis nogen måtte ønske hurtigt at etablere en frivillig mærkningsordning, så mener jeg, at det også meningsfyldt

kan gøre i privat regi. På samme vis som vi eksempelvis kender det fra mærkningsordningerne: ”Fair Trade” og ”EcoCert”.

- Evt. ny offentlig regulering skal baseres på internationalt samarbejde for, at vi opnår den ønskede effekt i form af bedre forbrugerbeskyttelse.
- Jeg vil derfor afvente Forbrugerombudsmandens afdækning i de øvrige EU-lande og de kommende EU-forslag på området, før jeg vil forholde mig til en eventuel mærkningsordning.
- Tak for ordet.