



## Folketingets Erhvervsudvalg

ERHVERVS MINISTEREN

15. november 2021

### Besvarelse af spørgsmål 26 ad L 13 stillet af udvalget den 3. november 2021 efter ønske fra Mona Juul (KF).

ERHVERVS MINISTERIET

Slotsholmsgade 10-12  
1216 København K

#### Spørgsmål:

Ministeren bedes forholde sig til høringssvarenes konkrete betænkeligheder ved forslagene vedrørende markedsføring over for børn og unge herunder (1) de negative konsekvenser det kan få for unge iværksættere, (2) håndhævelsesmulighederne over erhvervsdrivende/profiler hjemmehørende i udlandet og (3) den reelle beskyttelseeffekt af forslagene henset til håndhævelsesmulighederne.

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:

Jeg har forståelse for de bekymringer, som der er givet udtryk for i nogle af høringssvarene, i forhold til, om lovforslaget vil begrænse mulighederne for børn og unge under 15 år for at udleve tidlige iværksætterdrømme. Børnerådet har fx peget på, at lovforslaget gør det ulovligt for en 14-årig at promovere sine perleplader eller en kagebod på sociale medier.

Det er det primære formål med de foreslåede bestemmelser at beskytte de unge, der ser reklamerne, og som har svært ved at se, at der er tale om en reklame. Der er risiko for, at børn i højere grad påvirkes af markedsføringsmæssige virkemidler end voksne, da børn og unges kritiske sans ikke er færdigudviklet, ligesom de har mindre erfaring med at sortere i informationer end voksne. Derfor kan der særligt i forhold til børn og unge være grund til at være ekstra opmærksom på indhold, der spredes via sociale medier.

En ung influencer under 15 år, der modtager produkter af en erhvervsdrivende til gengæld for at nævne et produkt på sin profil på sociale medier, vil således være omfattet af den foreslåede bestemmelse i lovforslagets § 11, stk. 3. Det er endvidere en forudsætning for at være omfattet af bestemmelsen, at der er tale om en aktivitet i erhvervmæssigt øjemed. Hobbyvirksomhed eller markedsføring, der har et meget begrænset omfang, som fx de eksempler, som Børnerådet har påpeget, vil som altovervejende hovedregel ikke være udtryk for en aktivitet i erhvervmæssigt øjemed og dermed ikke berørt af forslaget.

I forhold til spørgsmålet om håndhævelsesmulighederne over for erhvervsdrivende/profiler hjemmehørende i udlandet og den reelle beskyttelseeffekt af forslagene henset til håndhævelsesmulighederne, kan jeg

oplyse, at der gælder særlige regler, når erhvervsdrivende etableret i ét EU/EØS-land via internettet eller andre online tjenester retter deres markedsføring mod privatpersoner bosat i et andet EU/EØS-land. I de tilfælde gælder der som udgangspunkt et afsenderlandsprincip, som følger af e-handelslovens §§ 3-4. Når afsenderlandsprincippet finder anvendelse, betyder det, at erhvervsdrivendes markedsføring som udgangspunkt skal overholde den offentligretlige lovgivning, herunder markedsføringslovgivningen, som gælder i det land, hvor den erhvervsdrivende er etableret.

I den forbindelse er det væsentligt at understrege, at Forbrugerombudsmanden alene har oplyst at have modtaget klager over - og behandlet sager - om danske erhvervsdrivendes brug af børn til at markedsføre sig på børnenes profiler. Forbrugerombudsmanden har derimod *ikke* modtaget klager over udenlandske erhvervsdrivende/profiler, der har anvendt børn til at reklamere for sig.

Det er på den baggrund regeringens vurdering, at beskyttelseeffekten af dette forslag i forhold til danske børn og unge vil være betydelig.

Med venlig hilsen

Simon Kollerup