



Folketingets Erhvervsudvalg

ERHVERVS MINISTEREN

08. november 2021

Besvarelse af spørgsmål 8 ad L 13 stillet af Folketingets Erhvervsudvalg den 19. oktober 2021 efter ønske fra Mona Juul (KF).

ERHVERVS MINISTERIET

Slotsholmsgade 10-12
1216 København K

Spørgsmål:

Har ministeren undersøgt, om en ikrafttræden 1. januar 2022 vil give virksomhederne tilstrækkelig mulighed for at foretage den fornødne omstilling til de foreslåede nye regler, bl.a. i forhold til allerede producerede varer og kampagner, og er ministeren enig i, at virksomheder i forbindelse med ny lovgivning sikres rimelig tid til at omstille sig til de nye regler?

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 er naturligvis enig i, at virksomheder skal sikres rimelig tid til at omstille sig til nye regler. De fælles ikrafttrædelsesdatoer er netop indført for at sikre, at virksomheder ikke skal forholde sig til lovgivning, som har direkte konsekvenser for erhvervslivet mere end to gange om året. Ikrafttrædelsesdatoen 1. januar 2022 i forhold til fremsættelsesdatoen afviger derfor heller ikke fra, hvad der er sædvanligt i forhold til erhvervsrettet lovgivning, og vurderes derfor at give rimelig tid til omstilling.

Endvidere er det afgørende for regeringen, at øge forbrugerbeskyttelsen af børn og unge, som i dag er udsat for reklamer for alt fra kosmetiske operationer til sugar-dating på sociale medier. Beskyttelsen af denne sårbare forbrugergruppe er således også taget in mente i forslaget om en ikrafttræden den 1. januar 2022.

Med venlig hilsen

Simon Kollerup