



Betænkning afgivet af Erhvervsudvalget den 18. november 2021

Betænkning

over

Forslag til lov om ændring af lov om markedsføring

(Gennemførelse af ændringer i direktivet om urimelig handelspraksis og indførelse af regler om handelspraksis rettet mod børn og unge samt ny bødemodel m.v.)

[af erhvervsministeren (Simon Kollerup)]

1. Ændringsforslag

Der er stillet 4 ændringsforslag til lovforslaget. Socialistisk Folkepartis medlemmer af udvalget har stillet ændringsforslag nr. 1. Erhvervsministeren har stillet ændringsforslag nr. 2-4.

2. Tilkendegivelse fra erhvervsministeren

Erhvervsministeren har anmodet om, at følgende præciseringer optages i betænkningen:

»Forslag til lov om ændring af lov markedsføring blev fremsat den 6. oktober 2021. Lovforslagets § 1, nr. 19, indeholder et nyt § 37, stk. 6, litra a-d. Forslaget indebærer, at der ved udmåling af bøde for overtrædelse af de i litra a-d oplyste bestemmelser skal lægges vægt på overtrædelsens varighed eller omfang. Bestemmelserne i litra a-d omhandler specifikke, klart afgrænsede og objektivt konstaterbare overtrædelser, som Forbrugerombudsmanden, jf. lovforslagets § 1, nr. 20, kan afslutte med et administrativt bødefore-

læg, forudsat at betingelserne herfor er opfyldt. For hver af de omhandlede bestemmelser i litra a-d er der i lovforslagets specielle bemærkninger foreslået – eller burde være foreslået – bødemodeller for de specifikke overtrædelser.

Jeg vil gøre opmærksom på nedenstående forhold i forhold til de foreslåede bødemodeller, der fremgår eller burde fremgå af lovforslagets specielle bemærkninger.

Dels er der i lovforslagets specielle bemærkninger s. 43, ikke anført en bødemodel for sager omfattet af § 37, stk. 6, litra b, der omhandler sager vedr. en erhvervsdrivendes uanmodede elektroniske henvendelse til bestemte aftagere, i strid med spamforbuddet i den gældende § 10, stk. 1.

Bødemodellen skulle have været indsat nederst efter sidste sætning, som lyder: »I førstegangstilfælde foreslås der på baggrund af følgende bødemodel for uanmodet elektronisk henvendelse i strid med markedsføringslovens § 10, stk. 1.«

Bødemodellen til den foreslåede § 37, stk. 6, litra b, er følgende:

Antal uanmodede elektroniske henvendelser	Bødetakst
1-30 henvendelser	20.000 kr. pr. forhold
31-50 henvendelser	30.000 kr. pr. forhold fra henvendelse nr. 31
51-100 henvendelser	50.000 kr. pr. forhold fra henvendelse nr. 51
Mere end 100 henvendelser	50.000 kr. + 200 kr. pr. henvendelse fra henvendelse nr. 101
Ved andengangstilfælde forhøjes bødetaksterne i skemaet med 20 pct.	

Til illustration af den foreslåede bødemodel kan jeg henviser til de specielle bemærkninger til lovforslagets foreslåede § 37, stk. 6, litra b, hvoraf der fremgår eksempler, der belyser afgrænsningen af den foreslåede bødemodel.

Jeg kan bemærke, at bødemodellen indgik i det udkast til lovforslag, der blev sendt i høring den 2. juli 2021 til 22. august 2021, og at høringssvarene gav anledning til, at bemærkningerne blev justeret.

I skemaet til den bødemodel, der fremgår af lovforslagets specielle bemærkninger s. 43 øverst, for sager omfattet af

den foreslåede § 37, stk. 6, litra a, der omhandler sager vedr. en erhvervsdrivendes uberettigede brug af et logo eller mærke, hvor logoet eller mærket giver forbrugeren en sikkerhed for, at virksomheden giver forbrugeren en særlig beskyttelse, i strid med vildledningsforbuddet i den gældende § 5, stk. 1 overtrædelse af § 5, stk. 1 fremgår følgende:

»Ved hvert efterfølgende tilfælde forhøjes bødetaksterne i skemaet med 20 pct.«

Dette kan give anledning til uklarhed om bødeudmålingen og der burde retteligt have stået:

»Ved andengangstilfælde forhøjes bødetaksterne i skemaet med 20 pct.«.

Det samme gør sig gældende i skemaet til den bødemodel, der fremgår af lovforslagets specielle bemærkninger s. 44 efter andet afsnit, for sager omfattet af den foreslåede § 37, stk. 6, litra c, der omhandler sager vedr. en erhvervsdrivendes uanmodede telefoniske henvendelse med henblik på direkte markedsføring til en bestemt fysisk person, der enten er på Robinsonlisten, eller som har frabedt sig direkte markedsføring fra den erhvervsdrivende, i strid med den gældende § 10, stk. 4.

I den sidste kolonne i skemaet s. 44 fremgår følgende:

»Ved hvert efterfølgende tilfælde forhøjes bødetaksterne i skemaet med 20 pct.«.

Der burde rettelig have stået:

»Ved andengangstilfælde forhøjes bødetaksterne i skemaet med 20 pct.«.

Det samme gør sig ligeledes gældende i skemaet til den bødemodel, der fremgår af lovforslagets specielle bemærkninger s. 44 nederst og øverst s. 45, for sager omfattet af den foreslåede § 37, stk. 6, litra d, der omhandler sager vedr. en erhvervsdrivendes markedsføring af et arrangement eller en begivenhed rettet mod børn og unge under 18 år, og hvor markedsføringen indeholder omtale af, billeder af eller henvisninger til rusmidler, i strid med den gældende § 11, stk. 2.

I den sidste kolonne i skemaet s. 44 fremgår følgende:

»Ved hvert efterfølgende tilfælde forhøjes bødetaksterne i skemaet med 20 pct.«.

Der burde rettelig have stået:

»Ved andengangstilfælde forhøjes bødetaksterne i skemaet med 20 pct.«.

3. Indstillinger

Et *mindretal* i udvalget (V, KF, DF og LA) indstiller lovforslaget til *forkastelse* ved 3. behandling. Mindretallet vil stemme imod de stillede ændringsforslag.

Et *andet mindretal* i udvalget (S og RV) indstiller lovforslaget til *vedtagelse* med de af erhvervsministeren stillede ændringsforslag. Mindretallet vil stemme imod det af SF stillede ændringsforslag.

Et *tredje mindretal* i udvalget (SF, EL og FG) indstiller lovforslaget til *vedtagelse* med de stillede ændringsforslag.

Nye Borgerlige, Alternativet, Kristendemokraterne, Inuit Ataqatigiit, Siumut, Sambandsflokkurin og Javnaðarflokkurin havde ved betænkningssafgivelsen ikke medlemmer i udvalget og dermed ikke adgang til at komme med indstillinger eller politiske bemærkninger i betænkningen.

En oversigt over Folketingets sammensætning er optrykt i betænkningen.

4. Politiske bemærkninger

Venstre og Det Konservative Folkeparti

Venstre og Det Konservative Folkeparti støtter intentionerne bag lovforslaget. Vi skal bekæmpe snyd, svindel og vildledning. Vi skal beskytte vores børn og unge mod uac-

ceptabel markedsføring. Vi skal gøre op med urimelig handelspraksis.

Men lovforslaget er ude af proportioner på flere områder, som Venstre og Det Konservative Folkeparti også fremførte ved førstebehandlingen af lovforslaget og har stillet spørgsmål til. Der er ikke blevet lyttet til kritikken fra partierne og erhvervsorganisationer, og man har på flere punkter slet ikke forholdt sig til kritikken. Det finder Venstre og Det Konservative Folkeparti kritisabelt.

For det første mener Venstre og Det Konservative Folkeparti, at bødestørrelsen, som hæves til 4 pct. af den erhvervsdrivendes årlige omsætning er for høj – og at det bl.a. særlig vil ramme virksomheder med en stor gennemfakturering og omsætning. Der er desuden tale om en markant overimplementering.

Venstre og Det Konservative Folkeparti ønsker i samme forbindelse fremhævet, at bødesystemerne i Europa er meget svære at sammenligne, bl.a. fordi:

- 1) Bødeniveau er kun et ud af flere relevante elementer i vurderingen af, hvor effektivt/afskrækkende et lands håndhævelsessystem er.
- 2) Der findes ikke en detaljeret oversigt over de forskellige landes bødesystemer, og Erhvervsministeriets forsøg på at skabe overblik over blot fem EU-/EØS-landes bødesystemer er særdeles mangelfuldt og udgør ikke et ordentligt grundlag for en vurdering af, hvor Danmark står komparativt i EU.
- 3) Kriterierne for, hvornår bødeniveauerne udløses, er forskellige i de forskellige lande, så selv når man kender landenes bødeniveauer, kan de ikke sammenlignes en til en.

Der næst er der en række af lovforslagets beskrivelser, som efterlader for stort rum til spekulation. Det gælder f.eks. delen om »uegnede produkter«, hvor det ikke fremgår tydeligt for virksomhederne, hvorvidt de er omfattet eller ej af reglerne.

Desuden mener Venstre og Det Konservative Folkeparti, at det er problematisk at arbejde med forskellig handelspraksis rettet mod børn og unge. Loven harmonerer ikke med de allerede eksisterende regler for andre medier, og det efterlader en stor gruppe erhvervsdrivende til at navigere efter forskellige sæt regler om samme type indhold.

Derudover finder Venstre og Det Konservative Folkeparti det uacceptabelt, at der er så kort en tidsfrist for implementeringen af den nye lov, som ikke giver tid til omstilling af allerede produceret materiale og allerede producerede kampagner.

Endelig baserer regeringen sin vurdering på, hvilke typer klager Forbrugerombudsmanden får i dag, frem for, hvad virkeligheden er for de børn, som forslaget er tiltænkt at beskytte (dvs. virkeligheden på de sociale medier, som børn og unge har adgang til). Det er ikke mærkeligt, at Forbrugerombudsmanden mest modtager/behandler klager over danske erhvervsdrivende/influencere, da det ville være nytteløst at klage til den danske Forbrugerombudsmand over en reklame eller en influencer på sociale medier, hvor afsenderen er fra udlandet. Hvis afsenderen er hjemmehørende i et andet EU-/EØS-land, finder den danske markedsføringslov

slet ikke anvendelse på grund af afsenderlandsprincippet, og hvis afsenderen er hjemmehørende uden for EU/EØS er det umuligt for Forbrugerombudsmanden at håndhæve forbrugerbeskyttelsen. Typen af klager til Forbrugerombudsmanden siger derfor intet om forslagernes beskyttelseseffekt. Derfor deler Venstre og Det Konservative Folkeparti ikke regeringens vurdering af beskyttelseseffekten i forhold til klager til Forbrugerombudsmanden, da markedsføringsloven jo simpelt hen ikke finder anvendelse, hvis der f.eks. er tale om en udenlandsk afsender.

5. Ændringsforslag med bemærkninger

Ændringsforslag

Til § 1

Af et *mindretal* (SF), tiltrådt af et *mindretal* (EL og FG):

1) *Nr. 13* affattes således:

»13. I § 11 indsættes som *stk. 3-7*:

»*Stk. 3.* Handelspraksis rettet mod børn og unge under 18 år må ikke udøves på eller via profiler på sociale medier, der tilhører eller fremstår som tilhørende børn og unge under 15 år. Handelspraksis rettet mod børn og unge under 18 år på sociale medier må heller ikke i øvrigt anvende børn og unge under 15 år, medmindre anvendelsen indgår i en naturlig sammenhæng for at illustrere eller vise et produkt.

Stk. 4. Erhvervsdrivende må ikke markedsføre it-produkter, der indeholder adfærdsdesign målrettet børn og unge under 18 år.

Stk. 5. Erhvervsdrivende, der markedsfører sig på internettet, som børn og unge under 18 år bruger eller potentielt bruger, skal foretage effektive aldersverificeringer, så det sikres, at børn og unge under 18 år ikke udsættes for voldeligt indhold, selvskadebilleder og børneporno.

Stk. 6. Handelspraksis rettet mod børn og unge under 18 år må kun ske, såfremt datasamlende informationer er slået fra, så det kræver en aktiv tilmelding og ikke en framelding.

Stk. 7. Erhvervsministeren kan fastsætte nærmere regler om, hvilke produkter der er omfattet af *stk. 2*.««

[Indførelse af regler om digital beskyttelse af børn og unge under 18 år]

Af *erhvervsministeren*, tiltrådt af et *flertal* (S, SF, RV, EL og FG):

2) I den under *nr. 14* foreslåede ændring af § 24, *stk. 2*, affattes indledningen således:

»I § 24, *stk. 2*, indsættes som 2. og 3. *pkt.*:«
[Lovteknisk korrektion]

3) *Nr. 18* affattes således:

»18. I § 37, *stk. 4*, ændres »der på særlig måde angår den pågældende« til: »som på særlig måde angår den pågældende«.

[Lovteknisk korrektion]

Til § 2

4) *Stk. 2* affattes således:

»*Stk. 2.* § 1, nr. 1-11, 14-16, 21 og 22, § 11, *stk. 3*, i lov om markedsføring som affattet ved denne lovs § 1, nr. 13, og § 37, *stk. 7* og 8, i lov om markedsføring som affattet ved denne lovs § 1, nr. 19, træder i kraft den 28. maj 2022.«
[Lovteknisk korrektion]

Bemærkninger

Til nr. 1

Med ændringsforslaget indsættes tre nye stykker i den i lovforslagets § 1, nr. 13, foreslåede ændring af § 11.

Stk. 3 er indholdsmæssigt uændret. Det gælder også lovforslagets *stk. 4*, der dog bliver *stk. 7*.

Ændringsforslagets *stk. 4* indebærer, at markedsføring af it-produkter, der indeholder adfærdsdesign målrettet børn og unge under 18 år forbydes. Designfunktioner, der har til hensigt at få børn og unge under 18 år til at foretage en transaktionsbeslutning, som de ellers ikke ville have truffet, eller anden skjult manipulation med henblik på at øge børns og unge under 18 års forbrug, er herefter ikke tilladt.

Manipulation kan forstås som designstrategier, produktindstillinger og produktarkitektur målrettet kognitive sårbarheder med det formål eller den virkning at skubbe børn og unge under 18 år til at træffe valg, som ikke er i deres bedste interesse, men er til gavn for den erhvervsdrivende. Elementer i it-produkter til børn og unge, der nudger børn og unge til at forblive på den digitale platform, såsom f.eks. autoplay, der lader afspilningen af videoer forsætte, uden at der aktivt skal vælges en ny video, forbydes.

Adfærdsdesign må heller ikke have det formål at få børn og unge til at afgive data, og disse data må ikke opsamles til at sætte endnu mere målrettet ind over for børn og unge, ligesom features ikke må designes, så de opmuntrer børn og unge til at bruge mere tid på digitale platforme flere penge el. lign.

Ændringsforslagets *stk. 5* indebærer, at erhvervsdrivende, der markedsfører sig på internettet, som børn og unge under 18 år bruger eller potentielt bruger, skal foretage effektive aldersverificeringer, så det sikres, at børn og unge under 18 år ikke udsættes for voldeligt indhold, selvskadebilleder og børneporno.

Ændringsforslagets *stk. 6* indebærer, at alle datasamlende informationer fra starten skal være slået fra i børneprodukter, og at barnet sammen med sine forældre aktivt skal slå dem til og give tilladelse til dem. Produkter til børn skal således designes således, at der som udgangspunkt vil være tale om en opt-in model.

Ændringsforslagets *stk. 7* er en uændret gengivelse af lovforslagets ændring af § 11, *stk. 4*, der som følge af de nye stykker bliver til *stk. 7*. Lovforslagets specielle bemærkninger til nr. 13 indeholder en henvisning til § 11, *stk. 4*, som herefter skal være *stk. 7*.

Til nr. 2

Der er tale om en lovteknisk korrektion. I lovforslaget oplyses det i indledningen til § 1, nr. 14, at der indsættes et 2. pkt. i § 24, stk. 2. Lovforslaget indsætter imidlertid både et 2. og et 3. pkt., hvorfor ændringsforslaget nyaffatter indledningen til § 1, nr. 14, så det fremgår, at der foreslås indsat et 2. og 3. pkt.

Der foretages ikke materielle ændringer med forslaget.

Til nr. 3

Med lovforslagets § 1, nr. 18, foretages der alene en sproglig ændring af § 37, stk. 4, idet »der« ændres til »som« med det formål at ændre bemærkningerne til det gældende § 37, stk. 4, hvoraf det fremgår, at bøden ved overtrædelse af forbuddet mod elektroniske henvendelser i det gældende § 10, stk. 1, skal udmåles ved en særlig beregningsmodel baseret på Folketingets Erhvervsudvalgs betænkning af 8. december 2005 over lovforslag nr. L 13, Forslag til lov om markedsføring, folketingsåret 2005-06 (lov nr. 1389 af 21. december 2005 om markedsføring). Den sproglige ændring er en konsekvens af lovforslagets § 1, nr. 19, hvor der i § 37, indsættes et stk. 6, litra b, hvormed taksterne for beregningsmodellen for overtrædelse justeres.

I det gældende § 37, stk. 4, forekommer ordet der imidlertid to steder.

Ændringsforslaget præciserer derfor, hvor lovteksten sprogligt ændres.

Det bemærkes, at der er en forkert henvisning i de specielle bemærkninger til lovforslagets § 1, nr. 18. Det fremgår af lovforslaget, side 38, højre spalte, 3. afsnit, at den foreslåede ændring er en konsekvens af den foreslåede bestemmelse i lovforslagets § 1, nr. 8, hvor der i § 37 indsættes et stk. 6, litra b. Der burde retteligt henvises til lovforslagets § 1, nr. 19.

Til nr. 4

Der er til dels tale om en lovteknisk korrektion. Lovforslagets opstilling i § 2, stk. 2, af bestemmelser, der gennemfører moderniseringsdirektivet og derfor først skal træde i kraft den 28. maj 2022, er ikke korrekt. Ændringsforslaget nyaffatter derfor § 2, stk. 2, så opremsningen bliver retvisende.

Det følger af straffelovens § 3, at § 37, stk. 3 og 4, i markedsføringsloven som ændret ved denne lovs § 1, nr. 16-18, og § 37, stk. 5-7, som indsat ved denne lovs § 1, nr. 19, ikke finder anvendelse på erhvervsdrivendes overtrædelse af markedsføringsloven, der har fundet sted før lovens ikrafttræden. For sådanne overtrædelser finder de hidtil gældende regler anvendelse.

Der foretages ikke materielle ændringer med forslaget.

6. Udvalgsarbejdet

Lovforslaget blev fremsat den 6. oktober 2021 og var til 1. behandling den 12. oktober 2021. Lovforslaget blev efter 1. behandling henvist til behandling i Erhvervsudvalget.

Oversigt over lovforslagets sagsforløb og dokumenter

Lovforslaget og dokumenterne i forbindelse med udvalgsbehandlingen kan læses under lovforslaget på Folketingets hjemmeside www.ft.dk.

Møder

Udvalget har behandlet lovforslaget i 3 møder.

Teknisk gennemgang

Embedsfolk fra Erhvervsministeriet har den 9. november 2021 foretaget en teknisk gennemgang af lovforslaget over for udvalget.

Høringssvar

Et udkast til lovforslaget har inden fremsættelsen været sendt i høring, og erhvervsministeren sendte den 2. juli 2021 dette udkast til udvalget, jf. ERU alm. del – bilag 389 (folketingsåret 2020-21). Den 6. oktober 2021 sendte erhvervsministeren høringssvarene og et høringssnotat til udvalget.

Bilag

Under udvalgsarbejdet er der omdelt 11 bilag på lovforslaget.

Spørgsmål

Udvalget har under udvalgsarbejdet stillet 33 spørgsmål til erhvervsministeren til skriftlig besvarelse, som ministeren har besvaret.

Birgitte Vind (S) Christian Rabjerg Madsen (S) Camilla Fabricius (S) Thomas Jensen (S) Anders Kronborg (S)

Kasper Roug (S) nfm. Malte Larsen (S) Orla Hav (S) Rasmus Stoklund (S) Lisbeth Bech-Nielsen (SF)

Ina Strøjer-Schmidt (SF) Katrine Robsøe (RV) Samira Nawa (RV) Victoria Velasquez (EL) Rune Lund (EL) Uffe Elbæk (FG)

Torsten Schack Pedersen (V) Kenneth Mikkelsen (V) Anni Matthiesen (V) fmd. Anne Honoré Østergaard (V)

Thomas Danielsen (V) Heidi Bank (V) Marie Bjerre (V) Hans Kristian Skibby (DF) Mette Hjermand Dencker (DF)

Mona Juul (KF) Niels Flemming Hansen (KF) Birgitte Bergman (KF) Alex Vanopslagh (LA)

Nye Borgerlige, Alternativet, Kristendemokraterne, Inuit Ataqatigiit, Siumut, Sambandsflokkurin og Javnaðarflokkurin havde ikke medlemmer i udvalget.

Socialdemokratiet (S)	49	Frie Grønne, Danmarks Nye Venstrefløjsparti (FG)	3
Venstre, Danmarks Liberale Parti (V)	39	Alternativet (ALT)	1
Dansk Folkeparti (DF)	16	Kristendemokraterne (KD)	1
Socialistisk Folkeparti (SF)	15	Inuit Ataqatigiit (IA)	1
Radikale Venstre (RV)	14	Siumut (SIU)	1
Enhedslisten (EL)	13	Sambandsflokkurin (SP)	1
Det Konservative Folkeparti (KF)	12	Javnaðarflokkurin (JF)	1
Nye Borgerlige (NB)	4	Uden for folketingsgrupperne (UFG)	5
Liberal Alliance (LA)	3		