



Erhvervsudvalget

MINISTEREN

28. november 2005

Erhvervsudvalget har med brev af 10. november 2005 anmodet om min besvarelse af følgende af spørgsmål:

**Ad L 13 - spørgsmål 15:**

”Hvilke ændringer i Forbrugerombudsmandens arbejsgopgaver, prioriteringer og retshåndhævelse er der sket efter at markedsføringslovsudvalget afgav betænkning?”

**Svar:**

Jeg har forelagt spørgsmålet for Forbrugerombudsmanden, som har oplyst følgende:

”Indledningsvis bemærkes, at Forbrugerombudsmanden efter de regler, der gælder for hans virksomhed, på eget initiativ eller på baggrund af klager, kan tage sager eller problemområder op til behandling. Samtidig er Forbrugerombudsmanden ikke forpligtet til at behandle alle klager, som han får forelagt. Ved udvælgelsen af, hvilke sager og problemer der skal behandles, skal Forbrugerombudsmanden navnlig tage hensyn til forbrugerne.

Forbrugerombudsmanden opstiller hvert år på baggrund af de tildelte ressourcer planer for, hvilke hovedområder han ønsker at prioritere i det kommende år. Prioriteringen undergår jævnligt justeringer. Forbrugerombudsmanden har for 2006 besluttet at give implementeringen af og tilrettelæggelsen af tilsynsvirksomheden efter den ny markedsføringslov højeste prioritet sammen med tilrettelæggelsen af det europæiske og globale håndhævelsessamarbejde og tilsynet efter den kommende lov om juridisk rådgivning.

Markedsføringsudvalget blev nedsat i september 2003 og afsluttede sit arbejde ved udgangen af 2004.

Forbrugerombudsmanden udsendte den 19. maj 2005 ”Vejledning om reklameidentifikation, skjult reklame”. Vejledningen har først og fremmest til formål at medvirke til bedre selvjustits. Men Forbrugerombudsmanden fandt også, at man skyldte lovprocessen at kodificere den gennem en lang årrække opsamlede viden om skjult reklame gennem sager hos Forbrugerombudsmanden.

Det indgår i Forbrugerombudsmandens foreløbige planlægning for 2006 at justere vejledningen i lyset af den endelige lov.

På samme måde påtænker Forbrugerombudsmanden i 2006 at foretage en lang række andre justeringer af tidligere udsendte retningslinjer, fx af vejledningen ”børn, unge og markedsføring” og vejledningen om prismarkedsføring i lyset af den reviderede markedsføringslov.

Endvidere er der planlagt en lang række andre arbejdsopgaver med henblik på tilpasning af Forbrugerombudsmandens tilsyn efter lovens vedtagelse. Fastlæggelsen af administrationen af de nye regler vil ske i dialog med organisationerne, og der vil blive meldt klart og tydeligt ud på så tidligt et tidspunkt som muligt, så virksomhederne får lejlighed til at indrette sig på de nye regler.

For så vidt angår problemstillingen om de såkaldte ”annoncehajer” skal henvises til ministerens besvarelse af spørgsmål 3, hvor der oplyses om, hvilke initiativer Forbrugerombudsmanden allerede har taget.

Da markedsføringsloven efter al sandsynlighed kommer til at omfatte ”fritvalgsområder”, og da der allerede er sket en vis liberalisering af bl.a. sundhedsområdet, er Forbrugerombudsmanden i øjeblikket ved at undersøge, i hvilket omfang markedsføringsloven kan eller skal anvendes i forhold til sundhedsydelser. Tilsvarende vurderinger må forventes at skulle ske på andre områder, når den reviderede lov er vedtaget.”

Jeg henholder mig til Forbrugerombudsmandens redegørelse.

Lars Barfoed

/Malene Linderoth