



Erhvervsudvalget

MINISTEREN

6. december 2005

Erhvervsudvalget har med brev af 2. december 2005 anmodet om min besvarelse af følgende af spørgsmål:

Ad L 13 spørgsmål 21:

”Ministeren bedes redegøre for, hvordan den reviderede L 13 tager højde for vennehvervning af børn og unge, og om denne fortolkning svarer til notat af 30. november 2005 om vennehvervning.”

Svar:

L 13 indeholder ikke specifikke regler om brug af børn og unge til vennehvervning, men det betyder ikke, at området ikke er eller vil være reguleret, hvilket også fremgår af det notat af 30. november 2005, som der henvises til i spørgsmålet og som vedlægges denne besvarelse.

Som beskrevet i vedlagte notat er brug af børn og unge til vennehvervning i dag reguleret af markedsføringslovens generalklausul om god skik og forbudet i § 2 mod utilbørlige fremgangsmåder.

Forbrugerombudsmanden har fra tid til anden grebet ind over for forskellige elementer i vennehvervning i medfør af generalklausulen i § 1. Blandt disse sager kan nævnes den såkaldte Telia-dom, U.2002.2277/2S, som vedrørte et koncept, hvor et teleselskab indgik aftale med sportsforeninger for at afsætte mobiltelefoner og – abonnementer til foreningens medlemmer og dennes støtter mod at sponsorere foreningen.

Sø- og Handelsretten udtalte følgende i dommen:

”Retten kan tiltræde, at børn og unge under 18 år skal beskyttes, således at deres loyalitet over for eksempelvis sportsforeninger ikke misbruges, ligesom børn og unge under 18 år ikke bør benyttes i salg og markedsføringsøjemed, heller ikke som salgskanaler for private erhvervsdrivende”. Retten slog dog samtidig fast, at forældre, andre opdragere og voksne i sportsforeningerne har et ansvar for, at børn og unge vejledes om, hvordan de skal forholde sig til kommercielle henvendelser af denne art, så de lærer at forholde sig kritisk hertil og bliver uddannet til at foretage de afvejninger, som en forbruger må foretage.

I den konkrete sag blev firmaet frikendt, idet retten lagde vægt på, at der var tale om salg af mobilabonnementer, som børn og unge under 18 år ikke kan tegne på egen hånd.

L 13 indeholder den nye § 8, som skærper kravene til god skik i forhold til børn og unge, således at der ikke vil skulle så meget til, før koncepter, som udnytter børn og unges naturlige godtroenhed og

letpåvirkelighed, må anses for at være i strid med god skik og dermed forbydes. Vennehvervning er netop karakteriseret ved, at man udnytter den loyalitet, som den, der bliver hvervet, føler over for sin ven og det forhold, at det er svært at sige nej til en, man kender. Det vil i relation til vennehvervning over for børn og unge i fremtiden betyde, at grænserne vil blive yderligere indskrænket i forhold til, hvad der gælder i dag.

Hertil kommer, at ”Skjult” vennehvervning vil være i strid med den nye bestemmelse i L 13 om reklameidentifikation. Der vil således være tale om skjult reklame, hvis fx et rejsebureau indgår aftale med en gymnasieelev om, at han skal overtale sine venner til at tage med på bureauets skiferie uden at vennerne får at vide, at grunden til, at eleven taler for, at de skal vælge netop den rejse, er, at han selv får turen gratis.

Endelig er vennehvervningskoncepter, som går ud på at omgå markedsføringslovens og forbrugeraftalelovens strafbelagte forbud mod uanmodet personlig, telefonisk eller elektronisk henvendelse, allerede efter gældende ret ikke tilladt. Der er her tale om koncepter, der er baseret på, at barnet eller den unge selv skal opsøge venner og bekendte i deres hjem eller telefonisk for at overtale dem til at købe en vare eller tjenesteydelse.

Det må således konkluderes:

- At brug af børn og unge til vennehvervning som udgangspunkt er i strid med god markedsføringsetik, jf. Teliadommen, men det afhænger dog af en konkret vurdering i det enkelte tilfælde.
- At den nye § 8 yderligere vil præcisere, at man ikke må benytte markedsføringsmetoder, som udnytter børn og unges loyalitet og godtroenhed. Forhold som netop bliver udnyttet i vennehvervning.
- At skjult vennehvervning vil være i strid med den nye § 4 om reklameidentifikation, som er strafbelagt.
- At vennehvervningskoncepter, som reelt går ud på at omgå markedsføringslovens og forbrugeraftalelovens forbud mod uanmodet henvendelse allerede er i strid med god skik og vil kunne forbydes.

Hertil kommer, at børn og unge kun i begrænset omfang kan indgå aftaler på egen hånd, og at de bl.a. ikke kan indgå aftaler, der forpligter dem til at betale på et senere tidspunkt. Det betyder bl.a., at en mindreårig ikke kan tegne et abonnement eller handle på nettet.

Lars Barfoed

/Malene Linderoth