



Stig Nordestgaard
Ingrids Allé 11
5250 Odense SV

MINISTEREN

15. december 2005

/

Kære Stig Nordestgaard

Jeg har modtaget dine mails om annonchajer, hvoraf den ene er videresendt fra Økonomi- og Erhvervsministeriet, idet markedsføringsloven hører under ministeriets ressort.

I din ene mail beskriver du en konkret konflikt, som din søster har haft med et firma, som sælger annoncer, og du efterlyser i begge mails større fokus på problemet med annonchajer eventuelt i form af højere straffe eller nye lovregler.

Generelt er der ikke tvivl om, at virksomheder, som benytter aggressive salgsmetoder, er et problem for mange især nystartede virksomheder, men det betyder ikke nødvendigvis, at den eneste vej frem er nye lovregler. Det er således vigtigt, at virksomheder og især iværksættere selv er kritiske og årvågne, hvis de bliver kontaktet af en annoncesælger, og at man er omhyggelig med kun at indgå aftaler med sådanne virksomheder skriftligt. I den forbindelse kan jeg henvise til erhvervsorganisationernes hjemmeside, www.annonchajer.dk, hvor der er både råd og vejledning til, hvordan man skal beskytte sig mod annonchajer og hvordan man skal forholde sig, hvis man er kommet i kløerne på et sådant firma.

Når det kommer til spørgsmålet om nye lovregler, blev Markedsføringsudvalget, som har haft til opgave at foretage en gennemgribende revision af markedsføringsloven, særskilt anmodet om at se på problemet med aggressive markedsføringsmetoder overfor erhvervsdrivende.

Det fremgår af udvalgets betænkning, at udvalget generelt er af den opfattelse, at en af de væsentligste årsager til, at det er vanskeligt at få løst problemerne med annonchajer er, at en effektiv håndhævelse af markedsføringslovens og straffelovens regler i forhold til sådanne former for bondefangeri kræver store ressourcer hos tilsynsmyndighederne, herunder til at løfte bevisbyrden for, at der er tale om en systematisk og aggressiv fremgangsmåde.

Et stort flertal i udvalget stillede sig samtidig tvivlende over for, om det i praksis vil være muligt at fastsætte mere præcise regler, som effektivt vil kunne stoppe annonchajerne, herunder afhjælpe de bevismæssige og ressourcemæssige problemer, der er ved at håndhæve de eksisterende regler i markedsføringsloven og straffeloven. Og man tilføjede, at bondefangeriet hele tiden antager nye former, hvorfor mere specifikke regler formentlig hurtigt vil blive virkningsløse, idet annonchajerne blot vil finde nye metoder. Man kunne derfor ikke anbefale, at der indsættes yderligere regler i markedsføringsloven.

Markedsføringsudvalget opfordrede samtidig til, at der etableres et tæt samarbejde mellem Forbrugerombudsmanden, politiet og de relevante erhvervsorganisationer.

Jeg har i det forslag til en ny markedsføringslov, som Folketinget i øjeblikket er ved at behandle, fulgt indstillingerne fra Markedsføringsudvalgets store flertal og har derfor undladt at indsætte nye regler i markedsføringsloven eller at ændre i reglerne for Forbrugerombudsmandens prioritering.

Hvad angår konkrete initiativer for at komme problemet med annonchajer til livs, har Forbrugerombudsmanden oplyst, at han har afholdt et møde med Håndværksrådet. På mødet orienterede Håndværksrådet om en konkret sag, hvor anklagemyndigheden i første omgang havde afvist at rejse tiltale, men hvor dette nu sker efter en klage til Statsadvokaten. Forbrugerombudsmanden har efterfølgende haft sagen i høring fra politiet og har tilkendegivet, at forholdet efter Forbrugerombudsmandens opfattelse også er omfattet af markedsføringslovens § 2, hvorfor

der også burde rejses tiltale efter denne bestemmelse. Forbrugerombudsmanden har efterfølgende fået oplyst, at det vil ske.

Forbrugerombudsmanden gav på mødet med Håndværksrådet tilsagn om, at man, når domstolene har taget stilling til ovennævnte sag, vil være indstillet på at rejse sag, hvis Håndværksrådet eller andre erhvervsorganisationer henvender sig med en konkret sag og stiller fornøden dokumentation til rådighed for Forbrugerombudsmanden og anklagemyndigheden.

Endvidere tilkendegav Forbrugerombudsmanden, at han, såfremt erhvervsorganisationerne finder, at der er behov for at skærpe Forbrugerombudsmandens eksisterende retningslinjer på området, vil være indstillet på at udarbejde nye retningslinjer.

Der er således taget konkrete initiativer på området, som viser, at Forbrugerombudsmanden imødekommer Markedsføringsudvalgets opfordring om at indgå i et nærmere samarbejde med erhvervslivet og politiet med henblik på at komme annoncehajer til livs.

Den 1. december indgik jeg en bred aftale om markedsføringsloven med alle partier på nær et. Forligspartnerne er opmærksomme på problemstillingen omkring annoncehajer og har noteret sig, at Forbrugerombudsmanden har fokus på området. Vi blev derfor enige om, at annoncehajer er et af de emner, som skal behandles i en evalueringsrapport, der skal laves tre år efter den nye lov træder i kraft.

Med venlig hilsen

Lars Barfoed