



Folketingets Erhvervs-, Vækst- og Eksportudvalg

ERHVERVSMINISTEREN

20. januar 2017

Besvarelse af spørgsmål 27 ad L 40 stillet af udvalget den 13. januar 2017 efter ønske fra Karin Gaardsted (S) og Mette Reissmann (S).

ERHVERVSMINISTERIET

Slotsholmsgade 10-12
1216 København K

Spørgsmål:

Under samrådet den 10. januar 2017 om samrådsspørgsmål A-C nævnte ministeren, at England og Nederlandene også anvender den brede fortolkning i relation til reklamemails. I hvilke lande anvender man ikke en bred fortolkning, men en fortolkning der er tilsvarende eller mere restriktiv en den fortolkning, der er indeholdt i de gældende regler herhjemme?

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:

Markedsføringslovsudvalget har i sit arbejde inddraget erfaringer med gennemførelsen af de relevante EU-regler i henholdsvis Norge, Sverige, Nederlandene, Storbritannien og Tyskland og har i den forbindelse spurgt de pågældende lande, hvordan de fortolker begrebet ”egne tilsvarende produkter”.

Norge, Sverige og Tyskland fortolker formuleringen ”egne tilsvarende produkter” på en måde tilsvarende den gældende danske – og noget snævre - fortolkning.

I Nederlandene er det afgørende for fortolkningen, hvad forbrugeren forventer. Her lægges der bl.a. vægt på, hvad sælgeren har givet af information i forbindelse med det oprindelige køb. Hvis sælgeren ikke har givet nogen informationer, skal begrebet fortolkes snævert.

I Storbritannien er det ligeledes afgørende, hvad forbrugeren forventer. Hvilke produkter, der skal betragtes som ”egne tilsvarende produkter” afhænger bl.a. af, hvad det er for et produkt, forbrugeren har købt.

Et bredt flertal i Markedsføringslovsudvalget anbefalede, at ”egne tilsvarende produkter” fremover skal fortolkes i overensstemmelse med fortolkningen i Nederlandene og Storbritannien. Anbefalingen blev givet, fordi den eksisterende mulighed i den gældende markedsføringslovs § 6, stk. 2, for at sende markedsføring om ”egne tilsvarende produkter”, er så snæver, at bestemmelsen er uden praktisk relevans.

Regeringens lovforslag har fulgt udvalgets anbefaling og benyttet muligheden for at tilpasse loven til de tendenser, vi ser inden for de erhvervsdrivendes markedsføring i dag. Dog skal det i forbindelse hermed nævnes, at det oprindelige lovforslags bemærkninger til § 10, stk. 2, på baggrund af udvalgsbehandlingen af lovforslaget er blevet præciseret ved min besvarelse af Erhvervs-, Vækst- og Eksportudvalgets spørgsmål 11

ad L 40 samt ved den præciserende udtalelse, som jeg d. 18. januar 2017 har anmodet om at få optaget i udvalgets betænkning over lovforslaget. Med denne præcisering er det gjort klart, at adgangen til at markedsføre ”egne tilsvarende produkter” kun omfatter produkter inden for samme produktkategori.

Med venlig hilsen

Brian Mikkelsen