



Folketingets Erhvervs-, Vækst- og Eksportudvalg

ERHVERVSMINISTEREN

18. januar 2017

Besvarelse af spørgsmål 21 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:

Hvordan sikrer ministeren, at den markedsføring som forbrugeren efter forslaget skal acceptere for at kunne deltage i konkurrencer på nettet ikke kolliderer med andre regelsæt f.eks. om markedsføring af farlige produkter?

Tlf. 33 92 33 50
Fax 33 12 37 78
CVR-nr 10 09 24 85
EAN nr. 5798000026001
evm@evm.dk
www.evm.dk

Svar:

Regeringens lovforslag lægger ikke op til at ændre på den retsstilling, der gælder i dag, når det kommer til spørgsmålet om forbrugernes samtykke til at modtage markedsføring, når forbrugeren melder sig til konkurrencer på internettet.

Lovforslaget ændrer således ikke på, at hvis et samtykke indhentes i forbindelse med en konkurrence, så skal det være klart for forbrugerne, at der samtidig med deltagelsen i konkurrencen gives samtykke til at modtage markedsføring. Det som lovforslaget gør i denne henseende er alene at præcisere dette i bemærkningerne til lovforslagets § 2, nr. 14. Præciseringen er indsat efter anbefaling af et samlet Markedsføringslovsudvalg.

I relation til spørgsmålet om, hvorvidt de erhvervsdrivendes markedsføring kolliderer med andre regelsæt, vil jeg fremhæve to ting.

For det *første*, så har markedsføringsloven ikke forrang over anden lovgivning. Det betyder, at ikke al markedsføring pr. automatik er lovlig, når bare den lever op til kravene i markedsføringsloven. Dette er vigtigt at holde sig for øje, idet de produkter, der er på markedet herhjemme, kan være regulerede af flere forskellige regelsæt, alt afhængigt af, hvilken type produkt der er tale om.

De erhvervsdrivende skal således stadig leve op til de øvrige krav, der gælder til deres markedsføring herhjemme. Det kan f.eks. være kravene efter produktsikkerhedsloven, der bestemmer, at producenter kun må bringe sikre produkter i omsætning. Eller det kan være krav efter reglerne om markedsføring af fødevarer, der blandt andet bestemmer, at den obligatoriske fødevarerinformation skal være anført på dansk eller andre sprog, der i det konkrete tilfælde kun ved uvæsentlige forskelle i stavning adskiller sig fra dansk, når fødevarer markedsføres i Danmark.

For det *andet*, så har jeg en grundlæggende tro på, at den helt overvejende del af vores erhvervsliv har en klar ambition om at holde sig inde for lovgivningens rammer og derfor markedsfører deres produkter på lovlig vis, i overensstemmelse med reglerne. Jeg har ingen grund til at tro, at regeringens forslag til en ny markedsføringslov vil ændre ved dette.

Med venlig hilsen

Brian Mikkelsen