



Folketingets Erhvervs-, Vækst- og Eksportudvalg

ERHVERVS MINISTEREN

16. december 2016

Besvarelse af spørgsmål 9 ad L 40 stillet af udvalget den 1. december efter ønske fra Ida Auken (RV).

ERHVERVS MINISTERIET

Slotsholmsgade 10-12
1216 København K

Spørgsmål:

Vil ministeren redegøre for, om de foreslåede formuleringer, jf. lovforslagets §§ 4-8, er udtryk for en korrekt oversættelse af direktivteksten og sikrer en fuldstændig tekst- og direktivnær implementering, jf. kritikken fra bl.a. Forbrugerombudsmanden og Forbrugerrådet TÆNK, der mener, at afgørende for, om der er tale om ulovlig handelspraksis, bør være, at den pågældende handelspraksis er "egnet til mærkbart at forvrilde" forbrugerens økonomiske adfærd, og ikke som foreslået et krav om, at den pågældende handelspraksis "væsentligt forvrider eller vil kunne forventes væsentligt at forvrilde" forbrugerens økonomiske adfærd.

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:

Jeg mener, at de foreslåede formuleringer sikrer en fuldstændig tekst- og direktivnær implementering af direktivet om urimelig handelspraksis, og jeg vil hertil bemærke, at jeg ikke har nogen faste holdepunkter for at fastslå, at direktivets danske oversættelse ikke skulle være korrekt.

Efter direktivet, er det en betingelse for, at en handelspraksis urimelig, at den "væsentligt forvrider eller kan forventes væsentligt at forvrilde den økonomiske adfærd i forhold til produktet hos gennemsnitsforbrugeren". Det betyder, at det skal vurderes, om forbrugeren træffer eller forventes at træffe en beslutning om køb, som vedkommende ellers ikke ville have truffet.

Den gældende § 3 om forbud mod vildledning i markedsføringsloven anvender ordet "mærkbart" i stedet for "væsentligt".

Det kan give anledning til fortolkningstvivl, når den danske implementering af direktivet anvender andre begreber end dem, der anvendes i direktivet selv. Dette er – som jeg også har nævnt i mit svar på Erhvervs-, Vækst-, og Eksportudvalgets spørgsmål 4 ad L 40 – blevet påpeget af et flertal i Markedsføringslovsudvalget. Flertallet har således anbefalet at ændre ordlyden med henblik på at mindske denne fortolkningstvivl, så der fremover anvendes det samme begreb i markedsføringsloven, som anvendes i den danske oversættelse af direktivet, nemlig "væsentligt".

Mindretallet i udvalget bestående af Forbrugerombudsmanden og Forbrugerrådet Tænk var ikke enige i anbefalingen og anførte i udvalgets rapport, at de ikke mener, at det passer med direktivets intention eller ordlyd på originalsproget at anvende ordet ”væsentligt”. Mindretallet anførte desuden, at det vil være uhensigtsmæssigt og unødigt besværligt at anvende loven med ordet ”væsentligt”, da det efter den foreslåede definitionsbestemmelse i § 2, stk. 1, nr. 6, ikke betyder ”væsentligt” i ordets almindelige betydning.

Regeringen har valgt at følge flertallets anbefaling og foreslå, at markedsføringsloven på dette punkt lægger sig tæt op ad ordlyden i den danske oversættelse af direktivet.

Det er vigtigt at understrege, at der med den foreslåede formulering ikke er tiltænkt en materiel ændring af retstilstanden i forhold til i dag, hvilket også fremgår af lovens bemærkninger. Det er endvidere afspejlet i lovforslagets definition af ”væsentlig forvridning af forbrugernes økonomiske adfærd” i § 2, nr. 6, der anvender ordet ”mærkbart” i beskrivelsen af, hvornår der er sket en ”væsentlig forvridning”. Ordet ”mærkbart” er i lovforslagets definition anvendt på samme måde, som det fremgår af ordlyden af direktivets definition i artikel 2, litra e. En væsentlig forvridning af forbrugernes økonomiske adfærd er således defineret som ”*anvendelse af en handelspraksis, som mærkbart indskrænker forbrugernes evne til at træffe en informeret beslutning, hvorved forbrugeren træffer en transaktionsbeslutning, som vedkommende ellers ikke ville have truffet.*”

Med venlig hilsen

Brian Mikkelsen