



Europaudvalget

ERHVERVSMINISTEREN

Besvarelse af spørgsmål 177 alm. del stillet af udvalget den 16. maj 2018 efter ønske fra Søren Søndergaard (EL).

ERHVERVSMINISTERIET

Slotsholmsgade 10-12
1216 København K

Spørgsmål:

Ministeren bedes oplyse, om Danmark i overensstemmelse med EU-retten kan indføre et forbud mod alle reklamer rettet mod børn.

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:

Indledningsvis vil jeg gerne understrege, at Danmark har stor gavn af at være medlem af det indre marked. Danmarks medlemskab af det indre marked indebærer som bekendt, at medlemslandene forhandler fælles lovgivning – herunder fælles regler og standarder for varer og tjenesteydelser, som sælges på det indre marked. Det er en meget stor fordel for virksomheder og forbrugere, at de alene skal forholde sig til ét sæt regler og standarder frem for 28.

I forhold til spørgsmålet, så har jeg indhentet et bidrag fra Konkurrence og Forbrugerstyrelsen, der oplyser følgende, som jeg kan henholde mig til:

”Markedsføringsreglerne er reguleret i EU ved direktivet om urimelig handelspraksis. Der er tale om et totalharmoniseringsdirektiv, hvilket betyder, at der skal være ens krav til markedsføring inden for direktivets anvendelsesområde i alle medlemsstater. Det betyder også, at medlemsstaterne ikke må indføre strengere eller mere vidtgående regler end dem, der allerede følger af direktivet. Udgangspunktet i direktivet er, at alle forbrugere skal beskyttes imod ”urimelig handelspraksis”. Direktivet stiller krav om, at der altid foretages en konkret vurdering af, hvorvidt en reklame er udtryk for ”urimelig handelspraksis”.

Direktivet er derfor til hinder for at indføre et generelt forbud mod alle reklamer rettet mod børn. Direktivets bilag 1 indeholder en ”sortliste”, der som undtagelse til direktivets udgangspunkt beskriver en række konkrete forhold, som er umiddelbart forbudte. Ifølge ”sortlisten” er reklamer, der direkte opfordrer børn til at købe eller overtale deres forældre eller andre voksne til at købe produkter til dem, som reklamen vedrører, forbudt.

Direktivet om urimelig handelspraksis er implementeret i markedsføringsloven. Ifølge direktivet betegnes børn som en særlig sårbar forbrugergruppe, som nyder en særlig beskyttelse. Der er således flere regler i markedsføringsloven, der specifikt vedrører markedsføring rettet mod børn og unge, og hvor kravene til markedsføringen derfor er skærpede. Markedsføring rettet mod børn og unge skal være udformet med særlig hensyntagen til børns og unges naturlige godtroenhed og manglende erfaring og kritiske sans, som bevirker, at de er lette at påvirke og nemme at præge.

Medlemsstaterne kan endvidere fastsætte forbud på områder, der ikke er omfattet af direktivets anvendelsesområde. Det følger af direktivet, at det ikke vedrører lovmæssige krav med hensyn til ”smag og anstændighed”. I forbindelse med gennemførelsen af direktivet om urimelig handelspraksis var vurderingen, at markedsføringslovens forbud mod at opfordre til vold og indtagelse af alkohol i reklamer rettet mod børn og unge, ikke blev berørt af direktivets gennemførelse, da forbuddene omhandler smag og anstændighed, og derfor falder uden for direktivets anvendelsesområde.

Markedsføring rettet mod børn og unge under 18 år må derfor ikke direkte eller indirekte opfordre til vold eller anden farlig eller hensynsløs adfærd eller på utilbørlig måde benytte sig af vold, frygt eller overtro som virkemidler. Endelig må markedsføring rettet mod børn og unge under 18 år ikke indeholde omtale af, billeder af eller henvisninger til rusmidler, herunder alkohol. Et generelt forbud mod reklamer rettet mod børn vil derimod ikke kunne dækkes ind under begrebet ”smag og anstændighed”.

Med venlig hilsen

Brian Mikkelsen