

Til lovforslag nr. L 211. Betænkning afgivet af Erhvervsudvalget den 24. maj 1994

Betænkning

over

Forslag til lov om markedsføring

Udvalget har behandlet lovforslaget i nogle møder og har herunder stillet spørgsmål til industri- og samordningsministeren, som denne har besvaret skriftligt.

Endvidere har udvalget modtaget skriftlige og/eller mundtlige henvendelser fra:

Danmarks Automobilhandler Forening,
 Dansk Handel & Service,
 Dansk Industri,
 Dansk Postordreforening,
 Danske Reklamebureauers Brancheforening,
 Erhvervenes Transportudvalg,
 Finansrådet,
 Forbrugerrådet,
 Foreningen af Dagligvaregrossister,
 Foreningen af Registrerede Revisorer,
 Fællesforeningen for Danmarks Brugsforeninger,
 Håndværksrådet,
 Landsforeningen Loyal Handel,
 Oliebranchens Fællesrepræsentation og SAS.

Der er af industri- og samordningsministeren og af et mindretal stillet ændringsforslag, hvorom henvises til de ledsagende bemærkninger.

Herefter indstiller et *flertal* (Socialdemokratiets, Centrum-Demokraternes, Det Radikale Venstres og Kristeligt Folkepartis medlemmer af udvalget) lovforslaget til *vedtagelse* med de af industri- og samordningsministeren stillede ændringsforslag.

Et *mindretal* (Det Konservative Folkepartis, Venstres og Fremskridtspartiets medlemmer af udvalget) indstiller lovforslaget til *vedtagelse* med de af mindretallet stillede ændringsforslag.

Mindretallet oplyser, at det vil stemme for ministerens ændringsforslag, såfremt mindretallets ændringsforslag bliver forkastet. Mindretallet vil i det tilfælde stemme imod lovforslaget.

Et mindretal inden for mindretallet (Fremskridtspartiets medlem af udvalget) er af den opfattelse, at markedsføringsforbudene i markedsføringsloven burde ophæves. Overflødige, unødvendige og skadelige love skal så vidt muligt afskaffes.

Ophævelse af markedsføringsforbudene bør være et godt og enkelt eksempel på den reelle gennemførelse af afbureaukratisering og lovsanering, som stort set alle Folketingets partier med jævne mellemrum taler så pænt om, men gør så lidt ved.

Markedsføringsforbudene i markedsføringsloven består i grove træk af forbud og diverse forbehold over for tilgift, rabatmærker, lodtrækning og rentefri konti. Tiden er løbet fra hensigten bag loven, der primært er at beskytte forbrugerne. Loven brydes dagligt uden væsentlige indsigelser. Endvidere er loven gennemhullet af undtagelser. Det er på tide, at Folketinget tilpasser loven til realiteternes verden og ophæver markedsføringsforbudene i markedsføringsloven.

Fremskridtspartiet skal i øvrigt henvises til det af partiet fremsatte lovforslag nr. L 102 (lov om ændring af lov om markedsføring. (Ophæ-

velse af markedsføringsforbud)) fremsat den 7. november 1991.

Et *andet mindretal* (Socialistisk Folkepartis medlem af udvalget) vil redegøre for sin stilling til lovforslaget og de stillede ændringsforslag ved 2. behandling.

Ændringsforslag

Til § 6

Af et *mindretal* (KF, V og FP):

1) Paragraffen med tilhørende overskrift udgår.

Af *industri- og samordningsministeren*, tiltrådt af et *flertal* (S, CD, RV og KRF):

2) *Stk. 3* udgår, og i stedet indsættes:

»*Stk. 3.* Uanset bestemmelsen i *stk. 1* kan erhvervsdrivende med tilladelse efter luftfartslovens § 75, *stk. 1* og 2, ved salg af flyrejser og dertil hørende ydelser yde tilgift, når dette sker som led i et flybonusprogram som nævnt i *stk. 5*. Andre erhvervsdrivende kan yde tilgift i form af rejser, hotelophold og biludleje, såfremt dette sker som led i et flybonusprogram.

Stk. 4. En tilladelsesindehaver og andre erhvervsdrivende kan dog som led i et flybonusprogram yde tilgift uden de i *stk. 3* nævnte begrænsninger, når en anden tilladelsesindehaver, der konkurrerer med tilladelsesindehaveren, yder en sådan tilgift i sit flybonusprogram. Såfremt der ydes tilgift i henhold til 1. pkt., skal dette anmeldes til Forbrugerombudsmanden.

Stk. 5. Flybonusprogrammet skal udbydes internationalt og skal være etableret af en tilladelsesindehaver som led i dennes sædvanlige virksomhed. Programmets væsentligste element her i landet skal være ydelse af tilgift ved salg af flyrejser. Såfremt tilladelsesindehaveren samarbejder med andre erhvervsdrivende, skal programmet derudover omfatte ydelse af tilgift ved salg af hotelophold og biludleje.

Stk. 6. Bestemmelserne i *stk. 3-5* om tilladelsesindehavere gælder også for erhvervsdrivende med licens udstedt af et EU-land efter Rådets forordning (EØF) nr. 2407/92 af 23. juli 1992 om udstedelse af licenser til luftfartsselskaber eller af et land, der efter aftale med

Fællesskabet har tilsluttet sig denne forordning.

Stk. 7. Industri- og samordningsministeren kan tillade, at andre virksomheder, der er i en tilsvarende international konkurrence, yder tilgift i nærmere bestemt omfang. Tilladelsen kan betinges og begrænses tidsmæssigt.«

Til § 8

Af et *mindretal* (KF, V og FP):

3) Paragraffen med tilhørende overskrift udgår.

Af *industri- og samordningsministeren*, tiltrådt af et *flertal* (S, CD, RV og KRF):

4) I *stk. 1* udgår 2. pkt.

5) *Stk. 3* affattes således:

»*Stk. 3.* *Stk. 1* og 2 finder ikke anvendelse i forbindelse med de i § 6, *stk. 3-6*, nævnte flybonusprogrammer eller i forbindelse med de i § 6, *stk. 7* nævnte tilladelser.«

Af et *mindretal* (KF, V og FP):

Til § 9

6) Paragraffen med tilhørende overskrift udgår.

Af *industri- og samordningsministeren*, tiltrådt af et *flertal* (S, CD, RV og KRF):

Til § 12 a

7) Paragraffen med tilhørende overskrift udgår.

Til § 12 b

8) Paragraffen udgår.

Til § 15

9) *Stk. 6* og 7 udgår.

Til § 18

10) Paragraffen affattes således:

»§ 18. Forbrugerombudsmanden afgiver på begæring udtalelse om sit syn på lovligheden

af påtænkte markedsføringsforanstaltninger, medmindre en stillingtagen giver anledning til særlig tvivl eller der i øvrigt foreligger særlige omstændigheder. En forhåndsbesked indebærer ikke en egentlig stillingtagen til lovligheden af vedkommende foranstaltning.

Stk. 2. Når Forbrugerombudsmanden har afgivet en forhåndsbesked til en erhvervsdrivende om, at en påtænkt foranstaltning efter Forbrugerombudsmandens opfattelse vil være lovlig, kan Forbrugerombudsmanden ikke på eget initiativ over for den erhvervsdrivende gribe ind i anledning af en foranstaltning, som er dækket af forhåndsbeskeden og iværksat inden rimelig tid efter dennes afgivelse.

Stk. 3. Industri- og samordningsministeren kan fastsætte nærmere regler om gebyr for forhåndsbesked.«

Af et *mindretal* (KF, V og FP):

11) I *stk. 1* indsættes efter 1. pkt. som nyt punktum:

»Forhåndsbeskeden skal på begæring gives inden for en måned.«

Til § 22

12) I *stk. 3* ændres »§§ 6-9« til: »§§ 6 og 7«.

Af *industri- og samordningsministeren*, tiltrådt af et *flerital* (S, CD, RV og KRF):

13) *Stk. 7* udgår.

Bemærkninger

Til nr. 1, 3, 6, 11 og 12

Regeringens lovforslag lægger op til en række yderligere forbud/påbud og restriktioner for de næringsdrivende i Danmark.

Efter forslagsstillernes opfattelse bør man gå i modsat retning, ikke mindst i betragtning af den stigende grænseoverskridende handel.

Forslagsstillerne mener grundlæggende, at markedsføringsloven i langt højere grad bør tage udgangspunkt i fælles EU-regler.

Hertil kommer, at lovforslaget i sin helhed er langt mere bureaukratisk og uliberalt end det af den tidligere regering fremsatte lovforslag nr. L 50 (Forslag til markedsføringslov, fremsat den 21. oktober 1992).

Ad nr. 1

Forslagsstillerne finder, at de foreslåede regler om tilgift er uoverskuelige og vanskeligt administrerbare.

Ad nr. 3 og 6

Med hensyn til forbud mod rabatmærker, lodtrækning og præmiekonkurrencer mener forslagsstillerne, at der er tale om en formynderisk og overflødig detailregulering.

Ad nr. 11

Forslagsstillerne finder det væsentligt, at erhvervslivet kan opnå tilstrækkelig sikkerhed vedrørende markedsføringskampagner og lignende som foreslået i § 18, men finder det tillige vigtigt, at erhvervslivet også kan disponere ud fra en rimelig tidsfrist.

Til nr. 2

I det fremsatte forslag til § 6, stk. 3, blev der for at begrænse omgængelsesmulighederne indsat væsentlige begrænsninger i mulighederne for at yde tilgift i et flybonusprogram. Det fremsatte forslag har imidlertid ikke kunnet tilgodese ønskerne fra flybranchen. Nærværende ændringsforslag imødekommer nu flybranchens ønsker, som er begrundet i den internationale konkurrence, som luftfartsvirksomhed i dag opererer i. Samtidig søges omgængelsesmulighederne begrænset i videst muligt omfang.

Stk. 3 giver flyselskaberne mulighed for at markedsføre flybonusprogrammer i overensstemmelse med de nuværende behov. Det er således kun ved flyselskabernes salg af flyrejser og dertil hørende ydelser, der kan ydes tilgift. Ved dertil hørende ydelser forstås f.eks. hotelophold og biludleje. For så vidt angår andre erhvervsdrivende, kan tilgiften alene ydes i form af rejser, hotelophold og biludleje. I alle tilfælde gælder der den betingelse, at tilgiften skal ydes som et led i et flybonusprogram, jf. stk. 5.

Stk. 4 giver mulighed for udvikling af flybonusprogrammer, som kan matche den internationale konkurrence. Der er således mulighed for at udvide karakteren af de ydelser, som kan give adgang til optjening af bonuspoint, når ydelserne sælges af en tilladelsesindehaver. Der vil endvidere være adgang til, at andre erhvervsdrivende kan yde andre former for tilgift

end rejser, hotelophold og biludleje. Udvidelse af mulighederne for at optjene bonuspoint og udvidelse i tilgiftens karakter forudsætter imidlertid, at et andet luftfartsselskab, som konkurrerer med tilladelsesindehaveren, yder en sådan tilgift som led i et flybonusprogram.

Den væsentligste begrænsning i flyselskabernes adgang til at yde tilgift som led i flybonusprogrammer er således i stk. 5, hvor karakteren af et flybonusprogram er nærmere defineret. Et flybonusprogram skal, således som det er defineret i stk. 5, mindst omfatte ydelse af tilgift ved salg af hotelophold og biludleje, såfremt tilladelsesindehaveren samarbejder med andre erhvervsdrivende. At flybonusprogrammet skal udbydes internationalt betyder, at programmet reelt skal markedsføres ligeværdigt i flere forskellige lande. Det er derfor alene internationale flyselskaber, der kan opfylde denne betingelse. Flybonusprogrammer skal være et led i tilladelsesindehaverens sædvanlige virksomhed. Programmet må således ikke oprettes for en kortere tidsperiode eller for derigennem at give andre erhvervsdrivende adgang til at yde tilgift ved samarbejde med et luftfartsselskab.

For at inkludere alle danske og udenlandske luftfartsselskaber er stk. 6 indsat som følge af de nye regler for EU-landenes flyselskaber, som trådte i kraft pr. 1. januar 1993.

Bestemmelsen i stk. 7 giver ministeren adgang til at undtage fra forbudet imod tilgift for andre virksomheder, der er i international konkurrence svarende til den, der var baggrunden for indførelsen af særbestemmelsen i den gældende lovs § 6, stk. 3, for flyselskaber, og på de betingelser, der svarer hertil.

Dispensationsadgangen er henlagt til ministeren, idet der skal foretages en afvejning af forbrugerpolitiske og erhvervspolitiske hensyn, herunder hensynet til andre erhvervsdrivende.

De berørte forbruger- og erhvervsorganisationer tillige med Forbrugerombudsmanden og Konkurrencesekretariatet forudsættes inddraget i forbindelse med ministerens fastlæggelse af dispensationspraksis.

Dispensation forudsætter, at den ydelse af tilgift, som ansøgerens udenlandske konkurrent yder på de udenlandske markeder, er lovlig efter den dér gældende lovgivning. En dispensation kan indskrænkes til kun at gælde for

salg til andre erhvervsdrivende, såfremt det alene er en sådan tilgift, der lovligt kan ydes på de pågældende udenlandske markeder.

Det påhviler ansøgeren at fremlægge dokumentation herfor ved indhentning af udtalelser fra relevante udenlandske myndigheder eller på anden tilsvarende måde.

Meddelelse af dispensation medfører ikke fritagelse fra lovens øvrige bestemmelser, jf. dog § 8, stk. 3.

Til nr. 4

Hensigten med ændringsforslaget er reelt at ligestille alle erhvervsdrivende vedrørende forbudet mod de i stk. 1 omhandlede rabatmærker m.v. Det er ikke sigtet med forslaget § 8, stk. 1, at udelukke, at der ydes organiseret rabat på grundlag af medlemskab af foreninger, ansættelse i en bestemt privat eller offentlig virksomhed, tilknytning til bestemte erhverv el.lign. Når der ydes organiseret rabat, skal bestemmelsen i stk. 1 således overholdes. Den organiserede rabat kan derfor ikke ydes ved brug af mærker, kuponer el.lign. i dagblade, medlemsblade, tilbudsaviser, reklamebrochurer m.v. I bemærkningerne i det fremsatte lovforslag til stk. 1 bør der herefter ses bort fra 5.-7. afsnit.

Til nr. 5

Ændringen af § 8, stk. 3, er en ændring som konsekvens af ændringen til § 6.

Til nr. 7, 8, 9 og 13

Lovforslaget videreførte de særbestemmelser i den gældende markedsføringslov, der er nødvendige for at gennemføre EF-direktiverne om sikkerhedskrav til legetøj og produkter, som på grund af deres ydre fremtræden kan forveksles med levnedsmidler. Som anført i bemærkningerne til § 12 a skal disse bestemmelser overføres til lov om produktsikkerhed, jf. forslag til lov om produktsikkerhed, L 132. Da produktsikkerhedsloven nu er vedtaget og vil træde i kraft før markedsføringsloven, er særbestemmelserne ikke længere nødvendige i L 211.

Til nr. 10

Ændringsforslaget svarer til forslaget om

forhåndsbesked i § 13 i L 50 (Forslag til markedsføringslov) i folketingsåret 1992-93.

Reglerne om forhåndsbesked har hidtil haft deres plads i bekendtgørelsen om Forbrugerombudsmandens virksomhed. Regler herom foreslås medtaget i selve lovteksten, således at denne reflekterer afvejningen af forhåndsbesked som informationsmulighed for virksomhederne og styringsinstrument for Forbrugerombudsmanden.

Bestemmelsen har i første række til formål at fastslå, at lovens forhandlingsprincip lægger op til en åben, fleksibel, serviceorienteret og moderne forvaltning, og at forhåndsbesked indgår som et naturligt led i en sådan forvaltning på linje med Forbrugerombudsmandens øvrige virkemidler, blandt hvilke information af offentligheden, organisationer, virksomheder og forbrugere indgår med betydelig vægt.

Efter loven påhviler der Forbrugerombudsmanden pligt til at føre tilsyn. Denne opgave løses ved markedsovervågning, information, forhandling, udarbejdelse af retningslinjer, retsforfølgning osv. Ligesom hidtil er det op til Forbrugerombudsmanden at tilrettelægge arbejdet i overensstemmelse med lovens formål med henblik på bedst mulig målopfyldelse inden for rammerne af givne ressourcer.

Virksomhederne har derfor ikke noget ubetinget retskrav på at få forhåndsbesked, men alene et krav på, at en anmodning herom imødekommes, for så vidt arbejdet med spørgsmålet kan indpasses i den nævnte ramme for Forbrugerombudsmandens virksomhed, hvilket i almindelighed må antages at være tilfældet, eftersom behovet for og interessen i at få forhåndsbesked efter erhvervsorganisationernes oplysninger i udvalget kun vil aktualisere sig i relativt få tilfælde.

Forhåndsbesked indebærer en udtalelse om Forbrugerombudsmandens syn på lovligheden af en påtænkt foranstaltning. I almindelighed er det interessant for den spørgende, om foranstaltningen er lovlig. En klar stillingtagen hertil med en kortfattet begrundelse vil i almindelighed være tilfredsstillende som svar.

Mener Forbrugerombudsmanden ikke, at en sådan klar udmelding er mulig på baggrund af hidtidig praksis m.v., kan den spørgende ikke forlange andet og mere end en kortfattet orientering om de momenter, der efter det forelig-

gende må antages at indgå i afvejningen. Forbrugerombudsmanden kan i øvrigt helt afvise at udtale sig om lovligheden, hvis en stillingtagen giver anledning til særlig tvivl eller der foreligger særlige omstændigheder.

En forhåndsbesked er en besked om lovligheden af det forelagte, ikke en vurdering af dets egnethed, ligesom der heller ikke gives anden anvisning på, hvorledes en ulovlighed kan undgås, ud over den der ligger i begrundelsen for at anse aktiviteten for ulovlig.

En forhåndsbesked er en orientering, ikke en bindende stillingtagen til lovligheden. En erhvervsdrivende kan spørge, men må selv tage ansvaret for foranstaltningens lovlighed. Når foranstaltningen realiseres, må vedkommende finde sig i, at andre erhvervsdrivende eller forbrugere m.fl. anfægter lovligheden. Uden sådan ekstern anledning må den erhvervsdrivende imidlertid kunne regne med, at Forbrugerombudsmanden for sit vedkommende står ved sin udtalelse om, at foranstaltningen efter hans opfattelse er lovlig. En forudsætning herfor er selvsagt, at den realiserede foranstaltning er identisk med den forelagte, og at realiseringen sker tidsmæssigt i forlængelse af forespørgslen.

Det forhold, at der kan spørges og fås en besked, bør ikke uden videre medføre, at den erhvervsdrivende kan anfægte et negativt svar under et anerkendelsessøgsmål mod Forbrugerombudsmanden, medmindre der rent undtagelsesvis skulle være særlige forhold, som taler for at tillade noget sådant, og admitteringen af søgsmålet vil være i overensstemmelse med almindelige procesretlige principper. Der er næppe grund til at lovregulere spørgsmålet, idet domstolene ligesom hidtil bør tage stilling hertil efter de konkrete sagers nærmere omstændigheder.

Forhåndsbesked kan betinges af betaling. I forbindelse med afgivelse af forhåndsudtalelser foreslås det, at der opkræves et gebyr til dækning af omkostningerne. Industri- og samordningsministeren fastsætter nærmere regler herom. Gebyrbetalingen omfatter egentlige forhåndsudtalelser om konkrete påtænkte markedsføringsforanstaltninger, hvorimod udtalelser afgivet som led i Forbrugerombudsmandens generelle vejledningsvirksomhed fortsat er vederlagsfrie.

Lissa Mathiasen (S) fmd. Pia Gjellerup (S) Lotte Henriksen (S) Ole Vagn Christensen (S)
Sonja Mikkelsen (S) Eva Fatum (S) Sonja Albrink (CD) Lone Dybkjær (RV)
Merethe Due Jensen (KRF) Flemming Hansen (KF) Kai Dige Bach (KF) nfm.
Pernille Sams (KF) Pia Larsen (V) Svend Heiselberg (V) Helge Sander (V)
Kirsten Jacobsen (FP) Rahbæk Møller (SF)