



Til lovforslag nr. L 40

Folketinget 2016-17

Skriftlig fremsættelse (12. oktober 2016)

Erhvervs- og vækstministeren (Troels Lund Poulsen):

Herved tillader jeg mig for Folketinget at fremsætte:

Forslag til Lov om markedsføring

(Lovforslag nr. L 40)

Formålet med markedsføringsloven er at understøtte en effektiv konkurrence og gode forbrugerforhold, og markedsføringsloven udgør en væsentlig rammebetingelse for alle virksomheder og forbrugere i Danmark. Effektiv og fair konkurrence og en hensigtsmæssig forbrugerbeskyttelse, hvor forbrugerne kan være aktive og er beskyttet mod vildledning og aggressiv markedsføring, understøtter således velfungerende markeder.

Virksomhedernes markedsføring er i høj grad reguleret af fælles europæiske regler. Siden den sidste store revision af markedsføringsloven i 2005, har der været en række ændringer af markedsføringsloven i forbindelse med gennemførelse af EU-regler. Disse drypvise ændringer har betydet, at en række af reglerne overlapper hinanden, og at loven flere steder fremstår fragmenteret. Det har også i 2014 og 2015 medført åbningsskrivelser fra Europa-Kommissionen, hvor Kommissionen gør opmærksom på, at Danmark efter Kommissionens vurdering ikke har implementeret direktivet om urimelig handelspraksis korrekt på en række punkter.

Den teknologiske udvikling har endvidere givet virksomhederne nye måder at markedsføre sig på. Det har dels skabt udfordringer for virksomhederne, der kan være usikre på,

om deres markedsføringstiltag holder sig inden for lovens rammer, og dels for forbrugerne i forhold til, hvilke rettigheder de har.

På baggrund af ovenstående forhold nedsatte den tidligere SR-regering i 2014 et udvalg, der skulle foretage en revidering af markedsføringsloven. Den nuværende regering valgte at fortsætte udvalgets arbejde og bad i den forbindelse udvalget om at have et særligt fokus på at sikre, at Danmark lever op til sine EU-retlige forpligtelser, og at udvalgets forslag til en ny lov som udgangspunkt ikke går længe, end Danmark er EU-retligt forpligtet til. Markedsføringslovsudvalget afleverede i juni 2016 sine anbefalinger og et forslag til ny markedsføringslov til erhvervs- og vækstministeren.

Regeringens lovforslag bygger på udvalgets anbefalinger. Med lovforslaget indføres en forenklet og overskuelig markedsføringslov, som understøtter gode og ensartede forbrugerforhold i lyset af den teknologiske udvikling inden for kommerciel kommunikation, og som understøtter velfungerende markeder og effektiv konkurrence. Med lovforslaget er det sikret, at erhvervslivet ikke pålægges unødvendige byrder, og at reguleringen er i overensstemmelse med EU-reglerne på markedsføringsområdet.

Idet jeg i øvrigt henviser til lovforslaget og de ledsagende bemærkninger, skal jeg hermed anbefale lovforslaget til det Høje Tings velvillige behandling.