



INSPIRATIONSPUNKTER

[KUN DET TALTE ORD GÆLDER]

4. oktober 2017

Samråd i BEU den 4. oktober 2017 – Spørgsmål CK, CL, CO, CP og CQ stillet efter ønske fra Bjarne Laustsen (S), Karsten Hønge (SF) og Bent Bøgsted (DF).

Indledning

- Tak for invitationen til dette samråd i dag om telefonopkald, som en såkaldt ”gul” fagforening – altså en ideologisk alternativ fagforening – har lavet til potentielle nye medlemmer.
- Der er blevet stillet fem spørgsmål i alt om dette emne – fire spørgsmål til mig og ét spørgsmål til beskæftigelsesministeren, som vi besvarer samlet her i dag.
- Jeg vil lægge ud med at besvare spørgsmål CK, CO, CP og CQ, som er stillet til mig. Herefter vil jeg give ordet til beskæftigelsesministeren, som vil besvare spørgsmål CL, som er stillet til ham.
- Indledningsvist vil jeg gøre opmærksom på, at vi fik en ny markedsføringslov den 1. juli i år. Den blev vedtaget af et bredt flertal i Folketinget, hvor regeringen og S,

DF, RV og SF stemte for. Loven er baseret på anbefalingerne fra et udvalg bestående af forbruger- og erhvervsorganisationer, eksperter og myndigheder.

- Et af de spørgsmål, som udvalget drøftede var netop, hvorvidt fagforeninger – og andre almennyttige foreninger - skulle være omfattet af loven.
- Den nye markedsføringslov slår på baggrund af drøftelserne fast, at fagforeninger og andre almennyttige foreningers aktiviteter som udgangspunkt ikke skal være omfattet af markedsføringsloven.
- Baggrunden er blandt andet, at almennyttige foreninger arbejder for et formål, der ikke er kommercielt. Det kan være fagforeninger, men foreninger er jo også den lokale fodboldklub og grundejerforeningen.
- Men jeg vil komme nærmere ind på de overvejelser, der ligger til grund for vurderingen, når jeg besvarer de enkelte spørgsmål. Og det vil jeg gå i gang med nu.

Ad spørgsmål CK: Ministeren bedes oplyse, om det er i strid med markedsføringsloven, når en statsstøttet gul akasse gennem deres forening via deres telefonsælgere udtaler sig usandt i deres markedsføring. I benægtende fald bedes ministeren redegøre for, hvilke lovgivningsmæssige initiativer ministeren vil tage i sagen.

- Spørgsmål CK handler for det første om, hvorvidt telefonsælgere fra fagforeninger og a-kasser, der udtaler sig usandt i deres markedsføring, handler i strid med markedsføringsloven. Hvis de ikke er omfattede af loven, spørges der herefter til, hvilke lovgivningsmæssige initiativer jeg vil tage i sagen.
- Lad mig starte med at sige, at jeg selvfølgelig synes, at det er for dårligt, hvis fagforeninger tyer til at bruge usandheder, når de prøver at hverve nye medlemmer. Det hører ganske enkelt ingen steder hjemme.
- Markedsføringsloven indeholder et forbud mod, at erhvervsdrivende giver urigtige oplysninger i deres markedsføring. Det er derfor et meget relevant spørgsmål, som jeg er blevet stillet. Nemlig, om markedsføringsloven gælder for a-kasser og fagforeninger.
- Markedsføringsloven finder anvendelse på såkaldt privat erhvervsvirksomhed og offentlig virksomhed, når der udbydes produkter på markedet.
- Højesteret har tilbage i 2013 vurderet, at fagforeninger og a-kasser ikke i almindelighed kan betragtes, som organisationer, der driver erhvervsvirksomhed.
- Det skyldes, at fagforeninger – ligesom fx de små lokale sportsklubber – har et andet hovedformål. Her er det

primært nogle andre – almennyttige – interesser, der ligger bag.

- F.eks. er fagforeningernes kernevirkosomhed at indgå kollektive overenskomster om løn og arbejdsvilkår og bistå medlemmerne i arbejdsretlige spørgsmål og repræsentere dem over for deres arbejdsgivere. For a-kasser er det at administrere dagpengesystemet.
- Det er ikke erhvervsvirksomhed. Og det samme gælder, når en fagforening eller a-kasse er ude og skaffe nye medlemmer, da medlemshvervningen er tæt forbundet til deres kernevirkosomhed.
- Markedsføringsloven gælder derfor som udgangspunkt ikke for fagforeninger og a-kasser.
- Men der er dog en undtagelse, hvor markedsføringsloven alligevel gælder. Det er, hvis fagforeningen eller a-kassen træder ind på et kommercielt marked og laver konkrete aktiviteter, der kan siges at være erhvervsvirksomhed.
- Det kan fx være, hvis de sælger forsikringer, tilbyder individuel juridisk rådgivning eller arrangerer medlemsrejser.
- Svaret på den første del af spørgsmål CK er derfor, at fagforeninger og a-kasser som udgangspunkt ikke er omfattet af markedsføringsloven, men at de kan være det

under særlige omstændigheder, hvis den aktivitet, der udføres, er en erhvervmæssig aktivitet.

- Netop denne pointe er blevet præciseret i de specielle bemærkninger til § 1 i den nye markedsføringslov. Det fremgår her – og jeg citerer:
- *”Handlinger, der foretages i humanitær, politisk eller religiøs sammenhæng, er kun omfattet, såfremt de kan siges at være udslag af erhvervsvirksomhed. For så vidt angår handlinger, der foretages af en almennyttig forening, vil det bero på en konkret vurdering, om den pågældende aktivitet kan siges at være udslag af erhvervsvirksomhed [...] Det afgørende er, om den almennyttige forening træder ind på et kommercielt marked. Det er således karakteren af den konkrete aktivitet, der skal lægges vægt på, og ikke hvem der formelt set står bag aktiviteten”.*
- Det var det snit, som et bredt flertal i Folketinget (V, LA, K, S, DF, RV og SF) har bakket op om, da vi vedtog den nye markedsføringslov i april i år.
- Jeg synes selv, at lovgivningen – som den er i dag – har et hensigtsmæssigt snit. Svaret på anden del af spørgsmål CK er derfor, at jeg ikke har planer om at iværksætte lovgivningsmæssige initiativer.
- Det vil jeg gerne begrunde.

- Markedsføringsloven er en lov, der regulerer forholdet mellem forbrugere og erhvervsdrivende, og i visse tilfælde også erhvervsdrivende imellem.
- Loven sætter rammerne for, hvordan erhvervsdrivende skal opføre sig på markedet i kampen om forbrugernes gunst.
- Jeg synes, at det er vigtigt, at loven gælder lige for alle. Jeg mener derfor ikke, at almennyttige foreninger – hverken fodboldklubber og fagforeninger – generelt skal være omfattet af markedsføringsloven, da deres primære aktivitet ikke er erhvervmæssig.
- Jeg læner mig her også op ad Markedsføringslovsudvalgets anbefaling om, at det mest hensigtsmæssige vil være at fastholde, at almennyttige foreningers kernevirk-somhed ikke er omfattede af markedsføringsloven.
- Dette er også det snit, der blev vedtaget af Folketinget med et bredt flertal.
- Herudover vil jeg også nævne, at reglerne i markedsfø-ringsloven i høj grad er implementering af EU-lovgivning, der alene gælder for virksomheder.
- Hvis vi laver regler om, at foreninger generelt skal være omfattet af markedsføringsloven, vil det betyde, at dan-ske foreninger bliver omfattet af erhvervsrettet EU-lovgivning.

- Det er altså ikke mindst hensynet til Forenings-Danmark, der er årsagen til, at jeg ikke mener, vi bør ændre ved lovgivningen.

Ad spørgsmål CO: I hvilken grad beskytter lovgivningen forbrugere mod vildledende markedsføring fra ”gule fagforeninger”, som beskrevet i artiklerne fra avisen.dk den 30. juli 2017? Vil ministeren iværksætte initiativer med henblik på at udvide forbrugerbeskyttelsen?

- Jeg bevæger mig nu videre til besvarelsen af det næste spørgsmål. Spørgsmål CO er stillet på baggrund af to artikler, som Avisen.dk bragte den 30. juli i år.
- Artiklerne tager afsæt i, at en sælger fra en fagforening skulle have løjet om en række forhold, da han prøvede at hverve medlemmer til fagforeningen. F.eks. skulle sælgeren i strid med sandheden have anført, at den pågældende fagforening kan tilbyde indgåelse af kollektiv overenskomst med Dansk Byggeri.
- I spørgsmål CO er jeg blevet bedt om, at redegøre for beskyttelsen af forbrugerne mod vildledende markedsføring i forbindelse med fagforeningers medlemshvervning. Endvidere spørges der til, om jeg vil iværksætte initiativer til at udvide forbrugerbeskyttelsen.
- Som jeg lige har redegjort for i mit svar på spørgsmål CK, gælder markedsføringsloven ikke for fagforeningers

hvervning af medlemmer, da det ikke er en erhvervs-mæssig aktivitet.

- Det betyder dog ikke, at fagforeningernes sælgere bare kan sige hvad som helst.
- Jeg ved, at der på justitsministerens område er regler i aftaleloven, der beskytter forbrugeren i den henseende.
- Det følger af aftaleloven, at en konkret aftale kan blive kendt ugyldig, hvis den er indgået på en løgn. Det kan f.eks. være, hvis en forbruger er blevet medlem af en fagforening, fordi en sælger lyver om, hvad den pågældende fagforening kan tilbyde.
- Situationen i de nævnte artikler handler om en konkret sælger, der udtaler sig forkert. Fagforeningen oplyser i øvrigt, at sælgeren udtaler sig i strid med deres instruktion.
- I den situation er forbrugerne beskyttede af de aftaleretlige regler. Og de kan med aftaleloven i hånden komme ud af den aftale, de har indgået med fagforeningen, hvis sælgeren har løjet.
- Det kræver, at forbrugeren meddeler fagforeningen, at aftalen er ugyldig. Og hvis fagforeningen ikke vil imødekomme forbrugers krav, kan sagen indbringes for domstolene.

- Jeg mener på den baggrund, at vi allerede i dag har et fornuftigt niveau af forbrugerbeskyttelse. Jeg ser derfor ikke grund til, at iværksætte initiativer for at udvide forbrugerbeskyttelsen.

Ad spørgsmål CP: Anerkender ministeren professor Henning Jørgensens pointe om, at det er ”falsk varedeklaration”, når ”gule fagforeninger” i reklamekampagner siger, at man som medlem står lige så godt som i de klassiske fagforeninger?

- Jeg vil nu besvare det tredje spørgsmål. Der spørges til, om jeg anerkender den pointe, som professor Henning Jørgensen fra Aalborg Universitet kommer med i en af de førnævnte artikler. Hans pointe er, at det er falsk varedeklaration, når en såkaldt gul fagforening i sin markedsføring siger, at man står ligeså godt, som i en klassisk fagforening.
- Til det kan jeg sige: Det er ikke min plads at blande mig i sådan en konkret vurdering. Om man står bedre i den ene fagforening i forhold til den anden fagforening, må vel komme an på, hvad man som forbruger eller arbejdstager ønsker, at ens fagforening skal levere af ydelser.
- Men generelt vil jeg opfordre fagforeninger og andre foreninger til at sørge for at være tydelige omkring deres vilkår - og hvad de kan tilbyde.

- Det mener jeg også må være i fagforeningernes egen interesse.

Ad spørgsmål CQ: Hvorledes kan det sikres, at fagforeninger og A-kasser kan blive omfattet af markedsføringsloven?

- Jeg vil nu gå til det sidste spørgsmål, der er stillet til mig. Der spørges om, hvordan det kan sikres, at fagforeninger og a-kasser kan blive omfattet af markedsføringsloven.
- Det korte svar er, at fagforeninger og a-kasser kan omfattes af markedsføringsloven ved en lovændring.
- Men som jeg nævnte før, så synes jeg, at loven har et hensigtsmæssigt snit i forhold til de almennyttige foreninger.
- Herudover har vi jo aftaleloven, som yder forbrugerne beskyttelse mod aftaler med fagforeningerne, der er indgået på baggrund af usande oplysninger.
- Jeg vil derfor afslutningsvis bemærke, at jeg ikke vil kunne støtte op om en lovændring, der generelt vil omfatte fagforeninger og a-kasser af markedsføringsloven.

Afslutning

- Hermed har jeg besvaret de fire spørgsmål, der var stillet til mig. Jeg takker for ordet, og vil nu give ordet videre til beskæftigelsesministeren.