



Efter afstemningen i Folketinget ved 2. behandling den 23. november 2021

Forslag

til

Lov om ændring af lov om markedsføring¹⁾

(Gennemførelse af ændringer i direktivet om urimelig handelspraksis og indførelse af regler om handelspraksis rettet mod børn og unge samt ny bødemodel m.v.)

§ 1

I lov nr. 426 af 3. maj 2017 om markedsføring, som ændret bl.a. ved § 20 i lov nr. 309 af 25. april 2018, lov nr. 1309 af 6. december 2019, § 2 i lov nr. 801 af 9. juni 2020 og lov nr. 720 af 27. april 2021 og senest ved § 2 i lov nr. 1173 af 8. juni 2021, foretages følgende ændringer:

1. I *fodnoten* til lovens titel indsættes efter »side 22,«: »som ændret ved Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 2019/2161/2019 af 27. november 2019 om ændring af Rådets direktiv 93/13/EØF og Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 98/6/EF, 2005/29/EF og 2011/83/EU, for så vidt angår bedre håndhævelse og modernisering af EU-reglerne om forbrugerbeskyttelse, EU-Tidende 2019, nr. L 328, side 7,«.

2. I § 2, nr. 3, indsættes efter »fast ejendom,«: »digitale tjenester og digitalt indhold samt«.

3. I § 2 indsættes som nr. 16 og 17:

»16) Rangordning: Den relative betydning, der tillægges produkter, som de præsenteres, opstilles eller kommunikeres af den erhvervsdrivende, uanset de teknologiske midler, der anvendes til en sådan præsentation, opstilling eller kommunikation.

17) Onlinemarkedsplads: En tjenesteydelse, der gør brug af software, herunder et websted, en del af et websted eller en applikation, der drives af eller på vegne af den erhvervsdrivende, der giver forbrugere mulighed for at indgå fjernsalgsaftaler med andre erhvervsdrivende eller forbrugere.«

4. I § 5, stk. 2, nr. 9, udgår »eller«.

5. I § 5, stk. 2, nr. 10, ændres »forretningskendetegn.« til: »forretningskendetegn eller«.

6. I § 5, stk. 2, indsættes som nr. 11:

»11) enhver markedsføring af en vare i en medlemsstat som værende identisk med en vare, som markedsføres i andre medlemsstater, men hvor den pågældende vare med hensyn til sammensætning og karakteristika frembyder betydelige forskelle, medmindre det er begrundet i legitime og objektive faktorer.«

7. § 6, stk. 2, nr. 4, ophæves.

Nr. 5-7 bliver herefter nr. 4-6.

8. I § 6, stk. 2, nr. 6, der bliver nr. 5, ændres »afgifter og« til: »afgifter,«.

9. I § 6, stk. 2, nr. 7, der bliver nr. 6, ændres »pålægges.« til: »pålægges, og«.

10. I § 6, stk. 2, indsættes som nr. 7:

»7) for produkter, der tilbydes på onlinemarkedspladser, hvorvidt den tredjepart, der tilbyder produkterne, er erhvervsdrivende eller ej, på grundlag af den pågældende tredjeparts erklæring til udbyderen af onlinemarkedspladsen.«

11. Efter § 6 indsættes før overskriften før § 7:

»§ 6 a. En erhvervsdrivende, der giver forbrugere mulighed for at søge efter produkter, der tilbydes af forskellige erhvervsdrivende eller af forbrugere på grundlag af en søgning

¹⁾ Loven indeholder bestemmelser, der gennemfører dele af Europa-Parlamentets og Rådets direktiv (EU) 2019/2161 af 27. november 2019 om ændring af Rådets direktiv 93/13/EØF og Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 98/6/EF, 2005/29/EF og 2011/83, for så vidt angår bedre håndhævelse og modernisering af EU-reglerne om forbrugerbeskyttelse, EU-Tidende 2019, nr. L 328, s. 7.

i form af et nøgleord, en sætning eller et andet input, uanset hvor transaktionerne i sidste ende gennemføres, skal på en klar og forståelig måde give forbrugeren generelle oplysninger om de vigtigste parametre, der afgør rangordningen af de produkter, som forbrugeren præsenteres for som følge af søgningen, og den relative betydning af disse parametre i forhold til andre parametre.

Stk. 2. Oplysningerne skal gives i et særligt afsnit af onlinegrænsefladen, der er direkte og let tilgængeligt fra den side, hvor søgeresultatet præsenteres.

Stk. 3. Stk. 1 og 2 finder ikke anvendelse på udbydere af onlinesøgemaskiner som defineret i artikel 2, nr. 6, i Europa-Parlamentets og Rådets forordning (EU) 2019/1150 af 20. juni 2019 om fremme af retfærdighed og gennemsigtighed for brugere af onlineformidlingstjenester.

§ 6 b. En erhvervsdrivende, der giver adgang til brugeranmeldelser af produkter, skal på en klar og forståelig måde oplyse, hvorvidt og i givet fald hvordan den erhvervsdrivende sikrer, at de offentliggjorte anmeldelser stammer fra forbrugere, der faktisk har anvendt eller købt produkterne.«

12. I § 11, stk. 2, indsættes efter »alkohol«: »eller andre produkter, der er uegnede for børn og unge under 18 år«.

13. I § 11 indsættes som *stk. 3* og *4*:

»*Stk. 3.* Handelspraksis rettet mod børn og unge under 18 år må ikke udøves på eller via profiler på sociale medier, der tilhører eller fremstår som tilhørende børn og unge under 15 år. Handelspraksis rettet mod børn og unge under 18 år på sociale medier må heller ikke i øvrigt anvende børn og unge under 15 år, medmindre anvendelsen indgår i en naturlig sammenhæng for at illustrere eller vise et produkt.

Stk. 4. Erhvervsministeren kan fastsætte nærmere regler om, hvilke produkter der er omfattet af *stk. 2*.«

14. I § 24, *stk. 2*, indsættes som *2.* og *3. pkt.*:

»Bestemmelsen finder både anvendelse på erhvervsdrivende og forbrugere, der har lidt tab som følge af handlinger i strid med loven. Forbrugere vil endvidere, hvor det er relevant, have adgang til de almindelige misligholdelsesbeføjelser, herunder et afslag i købesummen eller ophævelse af aftalen i overensstemmelse med dansk rets regler om forbrugerbeskyttelse.«

15. I § 32, *stk. 2*, udgår »klart«.

16. I § 37, *stk. 3*, indsættes efter »§ 6, stk. 1, 3 og 4,«: » §§ 6 a og 6 b,«.

17. I § 37, *stk. 3*, indsættes efter »efter«: »straffelovens § 279 eller«.

18. I § 37, *stk. 4*, ændres »der på særlig måde angår den pågældende« til: »som på særlig måde angår den pågældende«.

19. I § 37 indsættes efter *stk. 4* som nye stykker:

»*Stk. 5.* Ved udmåling af bøder efter *stk. 1-3* lægges vægt på overtrædelsens grovhed og den erhvervsdrivendes omsætning, jf. dog *stk. 6*.

Stk. 6. Ved udmåling af bøder for overtrædelse af følgende bestemmelser lægges vægt på overtrædelsens varighed eller omfang:

- 1) Overtrædelse af § 5, *stk. 1*, hvor en erhvervsdrivende uberettiget bruger et logo eller mærke, hvor logoet eller mærket giver forbrugeren en sikkerhed for, at virksomheden giver forbrugeren en særlig beskyttelse.
- 2) Overtrædelse af § 10, *stk. 1*, hvor en erhvervsdrivende retter uanmodet elektronisk henvendelse til bestemte aftagere.
- 3) Overtrædelse af § 10, *stk. 4*, hvor en erhvervsdrivende retter uanmodet telefonisk henvendelse med henblik på direkte markedsføring til en bestemt fysisk person, der enten er på Robinsonlisten, eller som har frabedt sig direkte markedsføring fra den erhvervsdrivende.
- 4) Overtrædelse af § 11, *stk. 2*, hvor en erhvervsdrivende retter sin markedsføring af et arrangement eller en begivenhed mod børn og unge under 18 år, og hvor markedsføringen indeholder omtale af, billeder af eller henvisninger til rusmidler, herunder alkohol.

Stk. 7. Ved udmåling af bøder for overtrædelse efter *stk. 1* og *3*, der kan skade de kollektive interesser for forbrugere i mindst to andre medlemsstater ud over Danmark, kan bøden maksimalt udgøre 4 pct. af den erhvervsdrivendes årlige omsætning i de berørte medlemsstater. Hvis oplysninger om den erhvervsdrivendes omsætning ikke er tilgængelige, kan bøden maksimalt udgøre 4 mio. euro.

Stk. 8. Ved udmåling af bøder efter *stk. 1* for tilsidesættelse af forbud eller påbud nedlagt af retten eller af Forbrugerombudsmanden i forbindelse med tilsyn efter aftalelovens § 38 e, hvor tilsidesættelsen kan skade de kollektive interesser for forbrugere i mindst to andre medlemsstater ud over Danmark, kan bøde maksimalt udgøre 4 pct. af den erhvervsdrivendes årlige omsætning i de berørte medlemsstater. Hvis oplysninger om den erhvervsdrivendes omsætning ikke er tilgængelige, kan bøden maksimalt udgøre 2 mio. euro.«

Stk. 5 og 6 bliver herefter *stk. 9* og *10*.

20. I § 38 indsættes før *stk. 1* som nyt stykke:

»I sager omfattet af § 37, *stk. 6*, hvor den, der har begået overtrædelsen, erklærer sig skyldig i overtrædelsen og erklærer sig rede til inden en nærmere angivet frist at betale bøden, som er angivet i bødeforelægget, kan Forbrugerombudsmanden tilkendegive, at sagen kan afgøres uden retssag.«

Stk. 1-3 bliver herefter *stk. 2-4*.

21. I *bilag I* indsættes efter nr. 11 som nyt nummer:

»11 a) Levering af søgeresultater som svar på en forbrugers onlinesøgning uden tydelig oplysning om enhver form for betalt reklame eller betaling specifikt for at opnå højere rangordning af produkter i søgeresultaterne.«

22. I *bilag I* indsættes før overskriften før nr. 24 som nye numre:

- »23 a) Videresalg til forbrugere af billetter til arrangementer, hvis den erhvervsdrivende har erhvervet dem ved hjælp af automatiske midler til at omgå eventuelle pålagte begrænsninger for antallet af billetter, som en person kan købe, eller andre regler for køb af billetter.
- 23 b) Angivelse af, at anmeldelser af et produkt er indsendt af forbrugere, som faktisk har anvendt eller købt produktet, uden at træffe rimelige eller forholdsmæssige foranstaltninger for at sikre, at anmeldelsen stammer fra sådanne forbrugere.
- 23 c) Indsendelse eller rekvirering fra anden juridisk eller fysisk person af falske brugeranmeldelser eller

anprisninger eller forkert fremstilling af brugeranmeldelser eller sociale anprisninger for at fremme produkter.«

§ 2

Stk. 1. Loven træder i kraft den 1. januar 2022, jf. dog stk. 2.

Stk. 2. § 1, nr. 1-11, 14-16, 21 og 22, § 11, stk. 3, i lov om markedsføring som affattet ved denne lovs § 1, nr. 13, og § 37, stk. 7 og 8, i lov om markedsføring som affattet ved denne lovs § 1, nr. 19, træder i kraft den 28. maj 2022.