



Folketingets Erhvervsudvalg

ERHVERVSMINISTEREN

12. november 2021

Besvarelse af spørgsmål 12 ad L 13 stillet af Folketingets Erhvervsudvalg den 3. november 2021 efter ønske fra Mona Juul (KF).

ERHVERVSMINISTERIET

Slotsholmsgade 10-12
1216 København K

Spørgsmål:

Kan ministeren bekræfte, at omsætningskriteriet i den foreslåede generelle bødemodel i markedsføringslovens § 37, stk. 5, ikke stammer fra Moderniseringsdirektivet - og at Moderniseringsdirektivet slet ikke nævner "den erhvervsdrivendes omsætning - blandt den lange række af kriterier, som medlemslandene opfordres til at tage hensyn til ved fastsættelsen af bøder for overtrædelse af de EU forbrugerretlige regler, herunder de fleste forbrugerregler i markedsføringsloven?

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:

Jeg kan bekræfte, at omsætningskriteriet i den foreslåede generelle bødemodel i markedsføringslovens § 37, stk. 5, ikke stammer fra moderniseringsdirektivet. Bestemmelsen er en ren national bestemmelse og ikke en implementering af moderniseringsdirektivet.

Jeg kan også bekræfte, at "den erhvervsdrivendes omsætning" ikke indgår i de kriterier, som moderniseringsdirektivets artikel 13, stk. 2, pålægger medlemsstaterne at tage i betragtning ved pålæggelse af sanktioner, hvor det er relevant.

Det fremgår imidlertid eksplicit af direktivets præambelbetragtning nr. 8, at der er tale om ikkeudtømmende og vejledende kriterier. Der er således ikke noget til hinder for, at medlemsstaterne opretholder eller indfører andre kriterier såsom omsætning.

Jeg kan endvidere oplyse, at baggrunden for, at regeringen har foreslået, at der skal lægges vægt på den erhvervsdrivendes omsætning er at imødegå nogle af de udfordringer, som de nuværende bødekriterier giver anledning til. Det gælder fx kriterierne om, at der ved udmåling af bøden kan lægges vægt på fortjenesten eller markedsføringsomkostningerne. Fortjenesten ved ulovlig markedsføring er sædvanligvis vanskelig at vurdere, og Forbrugerombudsmanden har ofte svært ved at få oplysninger herom. Samtidig er markedsføringsomkostninger faldet i takt med at markedsføringen er blevet 'flyttet' til digitale medier. Prisen på markedsføring via internettet kan være meget begrænset sammenlignet med fx trykte medier eller tv-reklamer.

En bødemodel, hvor der også lægges vægt på de erhvervsdrivendes omsætning, vil imødegå disse udfordringer samt bevirke, at bøderne bliver mere proportionale set i forhold til den erhvervsdrivendes omsætning.

Dette skal sammen med de foreslåede bødeniveauer sikre, at bøderne har en mere præventiv effekt, end det er tilfældet i dag.

Med venlig hilsen

Simon Kollerup