



Folketingets Erhvervsudvalg

ERHVERVSMINISTEREN

14. februar 2023

Besvarelse af spørgsmål 29 stillet af udvalget den 23. januar 2023 efter ønske fra ikkemedlem af udvalget (MFU) Karina Lorentzen Dehnhardt (SF).

ERHVERVSMINISTERIET

Slotsholmsgade 10-12
1216 København K

Spørgsmål:

Vil ministeren redegøre for, hvilke overvejelser der skal iagttages, hvis lovgiver ønsker at forbyde markedsføring af et bestemt indhold på nettet?

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:

Hvis man ønsker at indføre et forbud mod markedsføring af et bestemt indhold på nettet, er det nødvendigt at se på, om forbuddet er i strid med direktivet om virksomheders urimelige handelspraksis, der er implementeret i markedsføringsloven. Direktivet finder anvendelse på enhver handling eller udeladelse med direkte relation til en erhvervsdrivendes promovring, salg eller udbud af et produkt til forbrugerne inden for EU. Direktivet er et totalharmoniseringsdirektiv, hvilket indebærer, at kravene til markedsføring inden for direktivets anvendelsesområde er ens i alle medlemsstater. Medlemsstaterne må ikke indføre strengere eller mere vidtgående regler end dem, der allerede følger af direktivet.

I forhold til hvornår en given form for markedsføring er forbudt, indeholder direktivets bilag 1 en såkaldt "sortliste", der oplister en række former for markedsføring, som altid er forbudte. Dette gælder eksempelvis vildledende udeladelser, hvor en erhvervsdrivende udelader væsentlige oplysninger, som forbrugeren har krav på at have til rådighed i købsituationen.

De enkelte medlemsstater kan dog fastsætte forbud mod markedsføring af bestemt indhold på områder, der ikke er omfattet af direktivets anvendelsesområde. Direktivet indskrænker således ikke medlemsstaternes mulighed for ud fra hensyn til forbrugernes sundhed, sikkerhed eller miljøhensyn at fastsætte forbud mod markedsføring af bestemt indhold. Det følger desuden af direktivet, at det ikke vedrører lovmæssige krav med hensyn til "smag og anstændighed". De enkelte medlemsstater kan derfor forbyde visse former for handelspraksis på deres område under henvisning til smag og anstændighed. I Danmark er denne mulighed bl.a. udnyttet ved, at der i markedsføringsloven er fastsat regler, der specifikt vedrører markedsføring rettet mod børn og unge, og hvor kravene til markedsføringen derfor er skærpede.

Eksempelvis må markedsføring rettet mod børn og unge ikke direkte eller indirekte opfordre til vold eller anden farlig eller hensynsløs adfærd eller på utilbørlig måde benytte sig af vold, frygt eller overtro som virkemidler. Markedsføringen må heller ikke nævne eller indeholde billeder af eller henvisninger til rusmidler, herunder alkohol eller andre produkter, der er uegnede til børn og unge under 18 år. Uegnede produkter omfatter fx kosmetiske behandlinger, solarier, slankemidler og tatooveringer eller produkter af seksuel karakter mod betaling. Derudover følger det af markedsføringsloven, at markedsføring rettet mod børn og unge under 18 år ikke må udføres på eller via profiler på sociale medier, der tilhører eller ser ud til at tilhøre børn og unge under 15 år. Endvidere må der ved markedsføring på sociale medier ikke anvendes børn og unge under 15 år, medmindre anvendelsen indgår i en naturlig sammenhæng til at vise et produkt. Det bemærkes i øvrigt, at markedsføringslovens definition af produkter omfatter både varer og tjenesteydelser, og at lovens regler er ens, uanset om der er tale om markedsføring af varer eller tjenesteydelser.

Såfremt man indfører et nationalt forbud mod markedsføring af bestemt indhold på nettet, skal man endvidere være opmærksom på, at et sådant forbud som udgangspunkt kun vil gælde for virksomheder etableret i Danmark. Det skyldes, at der gælder særlige regler, når erhvervsdrivende, der er etableret i ét EU/EØS-land, via internettet eller andre onlinetjenester, retter deres markedsføring mod privatpersoner eller erhvervsdrivende bosat i et andet EU/EØS-land. I de tilfælde gælder der som udgangspunkt et såkaldt afsenderlandsprincip, der er implementeret i e-handelsloven. Når afsenderlandsprincippet finder anvendelse, betyder det, at erhvervsdrivenes markedsføring som udgangspunkt alene skal overholde den offentlig-retlige lovgivning, herunder markedsføringslovgivningen, der gælder i det land, hvor den erhvervsdrivende er etableret.

Endeligt bemærkes det, at det er vigtigt for regeringen, at særligt børn og unge kan færdes trygt på internettet. Derfor fremgår det også af regeringsgrundlaget, at regeringen vil udarbejde en hvidbog med initiativer, der kan beskytte børns færden på internettet, herunder afsøge muligheden for at indføre en digital børnebeskyttelseslov eller lignende.

Med venlig hilsen

Morten Bødskov