



Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen
Susanne Aamann
Pr. mail: saa@kfst.dk

København, 19. august 2016

Høring over revision af markedsføringsloven

De Samvirkende Købmænd (DSK) har den 11. juli modtaget forslag til Lov om markedsføring i høring. DSK vil gerne takke for muligheden for at afgive bemærkninger i forbindelse med lovens revision, efter at det nedsatte udvalg har arbejdet i henvend halvandet år.

DSK fik desværre ikke mulighed for at deltage i det lovforberedende arbejde, da Erhvervs- og Vækstministeriet tilbage i november 2014 bad fem organisationer (herunder DSK) om, at udpege blot to repræsentanter til markedsføringslovsudvalget. De to pladser i "valggruppen" gik til Dansk Erhverv og Kreativitet & Kommunikation, hvor Dansk Erhverv efterfølgende har koordineret organisationens arbejde i udvalget med DSK og Dansk Erhvervs øvrige medlemmer. Dansk Erhverv har derfor forsøgt at inddrage organisationens medlemmer i udvalgsarbejdet, om end det undervejs har været vanskeligt grundet store udsendelser af udvalgsmateriale meget kort tid før udvalgsmøder. På den baggrund har DSK generelt været inddraget undervejs på trods af udvalgets smalle sammensætning, hvor fx dansk dagligvarehandel - med mere end 100 milliarder i årligt omsætning - ikke har haft egen selvstændig repræsentation i det lovforberedende udvalg.

DSK's generelle bemærkninger

Markedsføringsloven er én af de love som flest virksomheder i Danmark skal have et rimeligt kendskab til. På den baggrund er det vigtigt for DSK, at der ikke sker ændringer med mindre der er tvingende årsager hertil. Her hylder vi det gode princip om *"If it ain't broke, don't fix it"*, i respekt for, hvor vigtig markedsføringsloven er for tusindvis af virksomheder.

DSK vil gerne kvittere for, at markedsføringsudvalget ligeledes har haft dette for øje. Det har ikke været nogen let omgang, når det har været en pålagt opgave at sikre en højere grad af samordning med EU-retten, ligesom den kommende markedsføringslov skal finde anvendelse i en anden teknologisk tid end i 2005, hvor markedsføringsloven sidst blev gennemgribende

moderniseret. Det er lykkedes for udvalget at skrive et, om ikke enkelt, så dog logisk og overskueligt lovudkast. Tak for det.

DSK's konkrete bemærkninger

Lovforslagets § 25: Forbrugerombudsmanden skal efter § 2 i bekendtgørelse om regler for Forbrugerombudsmandens virksomhed orientere offentligheden om sager, der har almen interesse eller har betydning for forståelsen af bestemmelser i den lovgivning, Forbrugerombudsmanden fører tilsyn med. Dansk Erhverv fremsatte under udvalgsarbejdet forslag om, at Forbrugerombudsmandens forpligtelser til at orientere offentligheden skal fremgå af markedsføringsloven, således at den nuværende § 2 i bekendtgørelsen om forbrugerombudsmandens virksomhed indsættes som en *tilføjelse til lovforslagets § 25*.

DSK er enig med Dansk Erhverv i, at Forbrugerombudsmandens orientering af offentligheden bør reguleres i markedsføringsloven, da der herved vil være muligt i bemærkningerne til bestemmelsen at fastsætte kriterier for, hvordan og hvornår Forbrugerombudsmanden skal orientere offentligheden om sager vedrørende erhvervsdrivende. Som et konkret eksempel kan nævnes Forbrugerombudsmandens udsendelse af pressemeddelelser i forbindelse med sager rejst over for erhvervsdrivende, der bør reguleres anderledes end tilfældet er i dag.

Forbrugerombudsmanden bør forud for enhver orientering af offentligheden, hvori involverede virksomheders identitet offentliggøres, nøje overveje sagens grovhed samt formålet med offentliggøres af virksomheden navn, således at det i ethvert tilfælde sikres, at omtale er proportional med den potentielle overtrædelse og behovet for at oplyse forbrugere og andre erhvervsdrivende om sagen.

Lovforslagets bemærkninger; afsnit 8.2.1: Enhedsprismærkningsdirektivet er implementeret i dansk ret i bekendtgørelse nr. 866 af 18. september 2000 i prismærkningsbekendtgørelsen. Bekendtgørelsen er formelt set ikke en del af hverken denne høring eller af loven, men om få uger runder bekendtgørelsen 16 år. Bekendtgørelsen bærer præg af at være skrevet for mange år siden, hvorfor et eftersyn af bekendtgørelsen anbefales. *Virksomhedsforum for Enklere Regler* har ligeledes foreslået en konkret ændring i bekendtgørelsen som følge af den indsats imod madspild som forbrugere, forretningsdrivende og producenter i dag er optagede af.

Behov for massiv informationsindsats

Markedsføringsloven er – som nævnt indledningsvis – en væsentlig rammelov for erhvervs livet. På den baggrund skal DSK opfordre til, at der iværksættes en massiv informationsindsats i perioden mellem lovens vedtagelse og lovens ikrafttræden. En klar og tydelig informationsindsats er væsentlig for at sikre regelefterlevelse, effektiv konkurrence og dermed gode forbrugerforhold. DSK bidrager naturligvis gerne hertil.

Venlig hilsen

Claus Bøgelund Nielsen

Vicedirektør