



Folketingets Erhvervs-, Vækst- og Eksportudvalg

ERHVERVS MINISTEREN

15. december 2016

Besvarelse af spørgsmål 1 ad L 40 stillet af udvalget den 14. november 2016.

ERHVERVS MINISTERIET

Slotsholmsgade 10-12
1216 København K

Spørgsmål:

Ministeren bedes kommentere henvendelsen af 11. november 2016 fra DI, Dansk Erhverv, Håndværksrådet, KreaKom og Danske Medier, jf. L 40 – bilag 6.

Tlf. 33 92 33 50
Fax 33 12 37 78
CVR-nr 10 09 24 85
EAN nr. 5798000026001
evm@evm.dk
www.evm.dk

Svar:

DI, Dansk Erhverv, Håndværksrådet, Kreativitet og Kommunikation og Danske Medier har i deres henvendelse anført, at lovbemærkningerne til den foreslåede § 10, stk. 3, er blevet ændret i forhold til forslaget fra markedsføringslovsudvalgets udkast til bemærkninger, idet der er tilføjet et nyt eksempel på, hvordan kravet om arbejdsmæssig relevans i den foreslåede § 10, stk. 3, 3. pkt., skal forstås.

§ 10, stk. 3, giver en erhvervsdrivende mulighed for at sende uanmodet elektronisk markedsføring til andre erhvervsdrivende under visse nærmere betingelser. Eksemplet, der nu fremgår af lovbemærkningerne, lyder:

”Det vil f.eks. sige, at markedsføring om medarbejderkurser alene må sendes til de personer i en virksomhed, der har en arbejdsfaglig interesse for indkøb af kurser, f.eks. en HR-chef.”

Organisationerne har anført, at det efter det tilføjede eksempel er uklart, hvilken person i en virksomhed, der f.eks. må sendes kursustilbud til, herunder om der overhovedet må sendes markedsføring til virksomheden, hvis der ikke er en medarbejder i virksomheden med ansvar for ”indkøb” af kurser. Organisationerne har videre anført, at ændringen desuden kan læses som en uhensigtsmæssig indsnævring i personkredsen.

Reglen i § 10, stk. 3, er foreslået efter anbefaling fra et flertal i markedsføringslovsudvalget og ønske fra erhvervsorganisationerne. Jeg kan oplyse, at eksemplet blev indsat i lovbemærkningerne, inden lovforslaget blev fremsat, på baggrund af høringen over lovforslaget. Der fremkom i høringen et ønske om, at det blev mere klart, hvornår markedsføring kan siges at have relevans for modtagerens arbejdsfunktion og dermed er lovlig at sende i medfør af § 10, stk. 3.

Det er centralt ved bestemmelsen, at den kun kan anvendes, når markedsføringen har relevans for den enkelte modtagers arbejdsfunktion. Det betyder, at markedsføringen skal ligge inden for den pågældende modtagers arbejdsområder i virksomheden. Kravet er med til at sikre, at virksomhederne ikke overbebyrdes med tilbud. En ansat, der arbejder med it-

sikkerhed, må således tilsendes markedsføring, der er relevant for virksomhedens it-sikkerhed, mens en ansat, der arbejder med indkøb, må tilsendes markedsføring, der er relevant for virksomhedens indkøbsfunktion. Markedsføringen skal således være tilpasset den enkelte modtager. Der er tale om en konkret vurdering i de enkelte tilfælde.

Kravet om, at der kun må sendes markedsføring, som har relevans for den pågældende modtagers arbejdsfunktion, skal blandt andet sikre, at reglens anvendelsesområde reelt er begrænset til de tilfælde, hvor der er en eksisterende relation mellem parterne, som er indgående nok til, at afsenderen er bekendt med, hvad der har relevans for modtagerens arbejdsfunktion.

Det eksempel, der er indsat i lovbemærkningerne, er indsat for at illustrere, at en person i en virksomhed med arbejdsfaglig interesse for indkøb af kurser, *f.eks.* kan være en HR-chef. Det udelukker ikke, at andre end HR-chefen i en virksomhed kan have en arbejdsfaglig interesse i, at virksomheden indkøber kurser, og eksemplet medfører således ikke en indsnævring i den personkreds, som markedsføringen potentielt kan sendes til.

Organisationerne nævner i deres henvendelse et eksempel med muligheden for at markedsføre kurser om den nye markedsføringslov til en jurist i en virksomhed med ansvar for markedsføring. Jeg kan i den forbindelse oplyse, at bemærkningerne til den foreslåede § 10, stk. 3, skal forstås således, at en medarbejder i en virksomhed, der har ansvar for *f.eks.* markedsføring – og dermed har en arbejdsfaglig interesse for kurser på dette område – gerne må modtage tilbud om kurser i den nye markedsføringslov, forudsat selvfølgelig, at de øvrige betingelser i § 10, stk. 3, er opfyldt. Det er ikke en betingelse, at den pågældende medarbejder har budgetansvar eller på anden måde rent praktisk står for selve indkøbet af kurset.

Jeg har fået oplyst, at organisationernes bekymringer i relation til bestemmelsens fortolkning skulle være imødekommet med disse indarbejdede præciseringer.

Med venlig hilsen

Brian Mikkelsen