

Ændringsforslag

til

lov om ændring af lov markedsføring

(Gennemførelse af ændringer i direktivet om urimelig handelspraksis og indførelse af regler om handelspraksis rettet mod børn og unge samt ny bødemodel m.v. (L 13))

Til § 1

Af erhvervsministeren,

1) I den under nr. 14 foreslåede ændring af § 24, stk. 2, affattes indledningen således:

»I § 24, stk. 2, indsættes som 2. og 3. pkt.«

[Lovteknisk korrektion]

2) Nr. 18 affattes således:

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

[Lovteknisk korrektion]

3) I den under nr. 19 foreslåede § 37, stk. 6, nr. 1, indsættes efter »aftagere«: »med henblik på direkte markedsføring«.

[Sproglig præcisering]

Til § 2

4) Stk. 2 affattes således:

»Stk. 2. Lovens § 1, nr. 1-11, 14-16, 21-22, § 11, stk. 3, i lov om markedsføring, som affattet ved denne lovs 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.«

[Lovteknisk korrektion]

Bemærkninger

Til nr. 1

Der er tale om en lovteknisk korrektur. I lovforslaget oplyses det i indledningen til nr. 14, at der indsættes et 2. punktum i § 24, stk. 2. Lovforslaget indsætter imidlertid både et 2. og 3. punktum, hvorfor ændringsforslaget nyaffatter indledningen til § 1, nr. 14, så det fremgår, at der foreslås indsat et 2. og 3. punktum.

Der foretages ikke materielle ændringer med forslaget.

Til nr. 2

Med lovforslagets nr. 18 foretages der alene en sproglig ændring af § 37, stk. 4, idet »der« ændres til »som«, med det formål at ændre bemærkningerne til den gældende § 37, stk. 4, hvoraf det fremgår, at bøden ved overtrædelse af forbuddet mod elektroniske henvendelser i den gældende §§ 10, stk. 1, skal udmåles ved en særlig beregningsmodel baseret på Folketingets Erhvervsudvalgs betænkning af 8. december 2005 til lov nr. 1389 af 21. december 2005 om markedsføring. Den sproglige ændring er en konsekvens af lovforslagets § 1, nr. 19, hvor der i § 37, indsættes et stk. 6, nr. 2, hvormed taksterne for beregningsmodellen for overtrædelse justeres.

I den gældende § 37, stk. 4, forekommer ordet »der« imidlertid to steder.

Ændringsforslaget præciserer derfor, hvor lovteksten sprogligt ændres.

Det bemærkes, at der er forkert henvisning i de specielle bemærkninger til lovforslagets nr. 18. Det fremgår af lovforslaget s. 38 spalte 2, 3. afsnit, at den foreslåede ændring er en konsekvens af den foreslåede bestemmelse i lovforslagets § 1, nr. 8, hvor der i § 37, indsættes et stk. 6, nr. 2. Der burde retteligt henvises til lovforslagets § 1, nr. 19.

Til nr. 3

Med ændringsforslaget indsættes efter »aftagere«: »med henblik på direkte markedsføring«. Ændringsforslaget har alene til formål at give mulighed for at indsætte en bødemodel i bemærkningerne til den i lovforslagets nr. 19 foreslåede § 37, stk. 6, nr. 1, om sager vedr. en erhvervsdrivendes uanmodede elektroniske henvendelse til bestemte aftagere, i strid med spamforbuddet i den gældende § 10, stk. 1, der foreslås omfattet af reglerne om administrativt bødeforelæg. Bødemodellen er ved en fejl ikke gengivet i lovforslaget, hvor det skulle indgå i lovforslaget side 43 spalte 1 nederst efter sidste sætning, som lyder: ”I førstegangstilfælde foreslås der på baggrund af følgende bødemodel for uanmodet elektronisk henvendelse i strid med markedsføringslovens § 10, stk. 1.

Bødemodellen til den foreslåede bestemmelse er følgende:

Antal uanmodede elektroniske henvendelser	Bødetakst
1-30 henvendelser	20.000 kr. pr. forhold
31-50 henvendelser	30.000 kr. pr. forhold fra henvendelse nr. 31
51-100 henvendelser	50.000 kr. pr. forhold fra henvendelse nr. 51
Mere end 100 henvendelser	50.000 kr. + (x)200 kr. pr. henvendelse fra henvendelse nr. 101
Ved hvert efterfølgende tilfælde forhøjes bødetaksterne i skemaet med 20 pct.	

Til nr. 4

Der er til dels tale om en lovteknisk korrektion. Lovforslagets opstilling i § 2, stk. 2, af bestemmelser, der gennemfører moderniseringsdirektivet, og derfor først skal træde i kraft den 28. maj 2022, er ikke korrekt. Ændringsforslaget nyaffatter derfor § 2, stk. 2, så opremsningen bliver retvisende.

Det følger af straffelovens § 3, at § 37, stk. 3 og 4, i markedsføringsloven, som ændret ved denne lovs § 1, nr. 16-18, samt § 37, stk. 5-7, som indsat ved denne lovs § 1, nr. 19, ikke finder anvendelse på erhvervsdrivendes overtrædelse af markedsføringsloven, der har fundet sted før lovens ikrafttræden. For sådanne overtrædelser finder de hidtil gældende regler anvendelse.

Der foretages ikke materielle ændringer med forslaget.