

WEBVTT

Forbrugerombudsmandens Podcast – Afsnit #02 – Hvornår gælder markedsføringsloven?

00:16.000 --> 00:30.000

I dagens afsnit har jeg inviteret min kontorchef Andreas Weidemann ind i studiet for at tale med mig om, hvornår markedsføringsloven egentlig gælder. Jeg hedder Sabrina Amtrup, og det her er en podcast fra Forbrugerombudsmanden.

00:34.000 --> 02:20.000

Velkommen til dig, Andreas.

Mange tak.

Du er jo kontorchef i et af vores kontorer herinde. Kan du fortælle lidt om din rolle og de opgaver, du sidder med?

Ja, det kan du tro. Som du selv siger, så har vi mere end ét kontor hos Forbrugerombudsmanden. Vi har tre kontorer. Vi har et, der primært sidder med det finansielle område og data-spørgsmål. Så har vi et kontor, der sidder med det grønne område, altså "Green Claims" og greenwashing og noget energi, der også hører til derovre. Så endelig har vi det er kontor, hvor jeg er kontorchef, som vi kalder markedsføringskontoret, som beskæftiger sig mere med den generelle og klassiske markedsføringsret. Det er først og fremmest ting, som prismarkedsføring, for eksempel, hvor længe skal en pris være gældende, før man kan lave et sparebudskab med nogle før- og nu-priser. Det kan også være, at man er ude med et tilbud, og så skal man huske, at have alle de begrænsninger og lignende, der er, med. Det er nogle af de sager, vi sidder og kigger på hos os.

Men der ud over sidder vi egentlig også med en ret bred vifte af forskellige typer opgaver. Så udover den klassiske markedsføring, så har vi også abonnementsfælder og grænseflader til svindel og bedrageri i markedsføringsloven. Det er noget, vi kigger på. Noget, der også fylder rigtig meget, det er markedsføring rettet mod børn og unge. Det er både alkohol og uegnede produkter, som man ikke må have i reklamer, der er rettet mod børn og unge.

Så har vi skjult reklame, f.eks. har vi haft rigtig meget med influenter og deres markedsføring, blandt andet også rettet mod børn og unge. Så det er noget, vi bruger rigtig meget tid og mange kræfter på. Og derudover har vi sundhed f.eks., og forbud mod markedsføring af tobak er også noget af det, vi sidder med. Og derudover en masse andre forskellige emner også, som ryger ind under vores kontor.

02:20.000 --> 05:11.000

Og nu er du allerede lidt inde på det, Andreas, fordi markedsføringsloven sætter nemlig rammerne for, hvad virksomheder må og ikke må. De må fx ikke lyve eller skjule oplysninger for forbrugerne. Men før vi kommer for langt ned i markedsføringsloven, så skal vi lige have fundet ud af, hvornår den egentlig gælder. Jeg ved ikke, hvor nørdede vi kan tillade os at være, Andreas, før vi taber lytterne, men nu prøver jeg: For i markedsføringslovens paragraf 1, der står der, at loven finder anvendelse på private erhvervsvirksomheder samt på offentlig virksomhed i det omfang, der udbydes produkter på markedet. Kan du forklare det på helt almindeligt dansk?

Jeg kan prøve, selvom jeg er meget glad for at kaste mig ned i det nørdede, så for at tage hensyn til lytterne, så er det nok bedre at lade være med det. Men helt grundlæggende, så siger markedsføringsloven,

at lige så snart du bevæger dig ud på markedet og sælger produkter, særligt til forbrugere eller til andre erhvervsdrivende, så finder markedsføringsloven anvendelse. Og den gælder alle brancher og al type erhvervsvirksomhed, som man kaster sig ud i. Og det er, hvad enten du sælger et konkret produkt eller en tjenesteydelse; det er stort set alt, hvad man kan sælge, der vil være omfattet af markedsføringsloven, eller de konkrete aktiviteter, man foretager sig der. Og det gælder i udgangspunktet også, hvad enten du er en klassisk erhvervsdrivende, eller om det fx er en offentlig myndighed, der kaster sig ud i det konkurrenceprægede marked og leverer nogle ydelser der.

Og man kan sige, at det gælder også hele forbrugerrejsen, eller al den kontakt, man har med forbrugere. Det er alt lige fra den indledende markedsføring af produktet til selve salget og salgsprocessen, men også efterfølgende eftersalgsservice og kundeservice til forbrugerne. Så det er hele rejsen, man ligesom er ude på, hvor markedsføringsloven finder anvendelse. Der kan så være noget særligt i forhold til almennyttige foreninger eller politisk eller religiøs agitering, der som udgangspunkt ikke er omfattet. Men lige så snart du udbyder produkter eller tjenester og lignende på markedet, så er det egentlig omfattet.

Man kan måske overordnet sige, at lige så snart noget sker i erhvervsøjemed, så falder det inden for markedsføringsloven. Kan man sige noget mere om, hvad det betyder: "erhvervsøjemed"?

Ja, når du gør det med henblik på at tjene penge, altså når du er ude, hvad enten det er som liberalt erhverv eller konkrete produkter eller lignende, du er ude at sælge til nogen, så er det med henblik på erhvervsvirksomhed. Så er du ude at sælge et produkt eller tilbyde en ydelse til nogen, så er udgangspunktet, at det er omfattet.

05:11.000 --> 07:14.000

Det kan være, at vi allerede nu faktisk lige skulle vende tilbage til det her med, om der er nogen, der falder uden for markedsføringslovens område. Du nævnte selv det her med de velgørende foreninger. Så er der nogle handlinger, som ikke skal overholde markedsføringsloven?

Ja, det er der. Det er måske også en nemmere måde at afgrænse det på af markedsføringsloven, for den gælder rigtig bredt og for rigtig mange ting. Og så er det nok mere oplagt at kigge på undtagelserne, fordi det sætter lidt i perspektiv, hvad det så er eller hvornår er det, loven finder anvendelse. Som jeg lige kort nævnte, så er handlinger, man foretager i humanitære, politiske eller religiøse sammenhæng, ikke omfattet. Så at regeringen går ud med et politisk initiativ, for eksempel, og siger, at det her er supergodt, og det hjælper på alle de her ting; det vil ikke være omfattet af markedsføringsloven. Så der vil man ikke efterfølgende kunne klage til os og sige: "Alle de her gode ting, der ville ske for mig som dansker, som regeringen eller nogen andre har lovet, det lykkedes ikke."

Som et konkret eksempel kan jeg huske tilbage i Helle Thornings tid, hvor de op til valget slog sig sammen med SF og præsenterede en fair løsning til danskerne. Jeg husker, at det gik på, at hvis man arbejdede syv eller otte minutter mere hver dag, så ville vi få en masse flere penge i statskassen, og så ville vi løse en masse problemer. Og der fik vi faktisk en del klager dengang, hvor de sagde, at det her er overhovedet ikke en fair løsning, og det hænger ikke sammen, hvis jeg bare skal arbejde otte minutter; altså det hænger ikke sammen, den her politiske plan eller politiske initiativ. Og der var også nogle, der henviste til, at de har jo et CVR-nummer, Socialdemokratiet, så må I da kunne komme efter dem, og vi måtte jo så sige: "Nej, det er i politisk sammenhæng, og der er man ikke ude at sælge et produkt som sådan til forbrugerne", så det er et eksempel på noget, der falder udenfor. Og det samme, altså i religiøs sammenhæng eller humanitær sammenhæng: Det, at Kræftens Bekæmpelse eller Læger uden Grænser er ude og samle penge ind, er som udgangspunkt heller ikke omfattet.

07:14.000 --> 10:32.000

Men hvad så, hvis man begynder at sælge produkter, Andreas? Hvis man gerne vil lave nogle smykker eller nogle bøger og sælge til forbrugere, hvad så?

Ja, den del vil være omfattet, så selvom man i udgangspunktet ikke vil være omfattet, fordi det fx er politisk virksomhed eller udslag af humanitære handlinger eller lignende. Så det, hvis du går ud og foretager en handling, der har karakterer af erhvervsvirksomhed, så vil den del være omfattet. Så tager man eksemplet fra før med Socialdemokratiet og fair løsning, så hvis Socialdemokratiet så måtte vælge at lave et forlag og udgive bøger, hvor partifæller og lignende kan udgive deres erindringer og lignende, og så skal man så som forbruger købe det, så vil den del og de handlinger være omfattet af markedsføringsloven. Så selvom de i udgangspunktet ikke er omfattet, så kan de konkrete handlinger, de foretager, så alligevel være omfattet.

Men hvad så med offentlige myndigheder og kommuner, og sådan nogle som os? Hvornår kan man sige, at en offentlig myndighed for eksempel træder ind på et kommercielt marked? Altså hvornår drives deres handlinger på markedslignende vilkår. Er det noget, man kan sige lidt mere om?

Ja, det kan man. Man kan sige, at i udgangspunktet, så er det ikke omfattet af markedsføringsloven. Så når vi går på arbejde hver dag og behandler sager, så vil det ikke som sådan være omfattet af markedsføringsloven. Der er så nogle andre regler, vi skal være opmærksomme på. Der er forvaltningsloven og forvaltningsretlige principper, som vi selvfølgelig skal overholde. Så, begynder vi at lyve eller andet i vores sagsbehandling, så er det nogle helt andre regler, vi overtræder og problemer, vi kommer ud i. Men det er ikke markedsføringsloven som sådan. Men igen, det er udgangspunktet. Vi kan jo også, hvis vi skulle finde på at sælge et eller andet produkt, lave Forbrugerombudsmandens loppemarked eller lignende, så vil den del kunne være omfattet af markedsføringsloven.

Og det samme kan være, hvis en offentlig myndighed vælger at udbyde nogle produkter på markedet, f.eks. persontransport eller lignende. Så, vælger man som en lille kommune at gå ind i og tilbyde persontransport på lige vilkår med alle mulige andre konkurrenter derude af taxatjenester eller lignende, så vil den del være omfattet af markedsføringsloven. Så selvom udgangspunktet er, at det ikke er omfattet, så igen kan den konkrete handling og det, man går ind i, på markedet og udbyder nogle produkter på markedet, så falder den del ind under markedsføringsloven.

Så hvis jeg lige skal samle lidt op, så kan man sige, at markedsføringsloven gælder alle udbydere på et marked, uanset om de er offentlige eller private, så vil de være underlagt samme grundvilkår, så længe de går ind og gør noget på markedslignende vilkår.

Ja, vælger som offentlig myndighed eller andre, ligesom at bevæge sig ind på et konkurrencepræget marked eller lignende, så må man også tage hele pakken med, og så er de regler, der gælder for alle andre erhvervsdrivende, de vil så også gælde for en selv også. Men man skal egentlig vurdere den her konkrete handling, man foretager, har det karakter af erhvervsvirksomhed, eller har det ikke? Og har det karakter af erhvervsvirksomhed, så er det markedsføringsloven, finder anvendelse.

Så handlingen og ikke den, der foretager handlingen, er det, der ligesom er fokus.

10:32.000 --> 12:40.000

Hvad så med det, der hedder imagemarkedsføring? Altså det her, hvor virksomheder, de gør et eller andet, siger et eller andet om dem selv, som skaber et positivt omdømme. Kan du sige noget om grænserne for det?

Ja, man kan sige, at det klare udgangspunkt her egentlig også er, at imagemarkedsføring det er også omfattet af markedsføringsloven. Og det valgte man faktisk i 2017-loven at skrive direkte ind i lovbemærkningerne til loven. Og 2017-loven kom til på baggrund af et længere udvalgsarbejde, hvor Markedsføringslovsudvalget i 2016 afgav sin rapport med anbefalinger til en ny og opdateret markedsføringslov. Og der var man faktisk specifikt inde og tage stilling til spørgsmålet om imagemarkedsføring. Og det, der egentlig triggede, at man tog stilling til det eller forholdt sig specifikt til det, det var fordi, i direktivet om urimelig handelspraksis, som ligger til grund for markedsføringsloven, der definerer man handelspraksis som en handling eller en udladelse, en adfærd, der har relation til promovring og salg eller udbud af ét produkt til forbrugerne. Og så kan man sige, at det betyder, at det skal være i relation til udbud af et produkt, at det så skal være i forbindelse med, at man sælger et produkt. Så, hvis bare du sørger for, at det ikke er et specifikt produkt, du markedsfører, kan man så slippe af krogen den vej rundt? Og der er jo det udvalgte klare opfattelse, at nej, det er ligegyldigt; så er du som erhvervsdrivende ude og sige, vi bygger skoler i Afrika eller lignende, så vil det også være omfattet af markedsføringsloven, også selvom du ikke knytter det op på et specifikt produkt. Man kan sige, den ligger jo lige så højrebenet, hvis en virksomhed går ud og siger, for hver gang vi sælger en bog, så giver vi 10 kroner til en skole i Afrika, så vi også hjælper til, at andre kan blive bedre til at læse, så er det helt oplagt. Så er der også den her "connection" til et produkt, men også den her rene, hvor du bare er ude og markedsføre dig selv som virksomhed helt generelt og brande dig selv. Det er også omfattet af markedsføringsloven.

12:40.000 --> 15:53.000

Og nu ved jeg jo, at der er også rigtig meget særlovgivning inden for markedsføring af f.eks. kosttilskud og sundhedsydelser, lægemiddel osv., som andre myndigheder end os fører tilsyn med. Kan du sige noget om, hvordan markedsføringsloven forholder sig i de sager, hvor der også gælder særlovgivning?

Ja, det kan du tro. Som du selv er inde på, der er rigtig mange områder, hvor der er noget særlovgivning. Ved den umiddelbare betragtning kan det se ud som om, at det er lidt det samme. Man regulerer både markedsføringsloven og noget særlovgivning. Og her er det helt klare udgangspunkt, at det, at der er særregulering på et bestemt område, det påvirker ikke markedsføringslovens anvendelsesområde, endsige Forbrugerombudsmandens kompetence til at kigge på et område. Og det blev egentlig fastslået ret klart tilbage i 2013 i en dom fra Højesteret, som jeg husker, at det konkret vedrørte inkasso-området. Og hvor spørgsmålet var: Efter inkassoreglerne, så skal man som inkassovirksomhed overholde god inkassoskik; og hvordan spiller det så sammen med god markedsføringsskik? Og vi havde så fra forbrugerombudsmandens side lagt sag an mod nogle inkassovirksomheder, som vi mente handlede i strid med god markedsføringsskik. Og der sagde modparten, at det kan I slet ikke, fordi det er Rigspolitiet, der fører tilsyn med inkassoloven. Og fordi der er det her særtilsyn, så må Forbrugerombudsmanden vige, og så er det kun Rigspolitiet, som skal føre tilsyn med det her. Og der siger Højesteret egentlig meget klart og tydeligt, at markedsføringsloven og Forbrugerombudsmandens kompetence, den gælder generelt. Og det forhold, at der må være særlovgivning og særmyndigheder, der fører tilsyn med det her, det er uden betydning for Forbrugerombudsmandens muligheder for at gribe ind efter reglerne i markedsføringsloven herunder god markedsføringsskik.

Den eneste undtagelse er der, hvor det er fastsat ved lov, at Forbrugerombudsmanden ikke kan føre tilsyn med det her område, så kan vi ikke føre tilsyn med det. Så man kan sige, at det er sådan et bredt sikkerhedsnet, der gælder for alle erhvervsdrivende, og så kan det så være særlovgivningen, der ligesom bygger oven på nogle ekstra krav, man skal opfylde. Så i en eller anden forstand kan man se

markedsføringsloven og egentlig også Forbrugerombudsmandens tilsynsvirksomhed som en slags generelt sikkerhedsnet, der er spændt ud under, hvad der ellers må være af særregler.

Der kan selvfølgelig være særlige situationer, hvor reglerne kan komme direkte i karambolage med hinanden. Altså hvis du gør præcis, som der står i særreguleringen, du skal gøre, hvad så hvis det medfører, at du skal komme til at overtræde markedsføringslovens regler? Og i de situationer, der er det ikke sådan, at du kan blive straffet for at overtræde markedsføringsloven, fordi du egentlig bare gjorde præcis det, der stod i særlovaftagningen. Så der er det jo lex specialis (særlovgivning) der gælder her; det er reguleret specifikt på det her område, og så må markedsføringsloven vige. Men det er i de situationer, hvor der er karambolage mellem reglerne – de siger to forskellige ting. Men langt hen ad vejen er det grundlæggende det samme, der er reguleret i de to regelsæt. Ofte er særlovgivning også noget, hvor man kan gennemfinde de markedsføringslovens regler, og det er grundlæggende, at man ikke må vildlede og lignende.

15:53.000 --> 18:44.000

Hvad så, Andreas? Nu kan jeg ikke lade være med at tænke på, kan man sætte sig på en eller anden strand i Spanien og nyde solen og udsende en masse markedsføring til danske forbrugere og så bare gå fri fra at skulle overholde den danske markedsføringslov?

Heldigvis ikke. Helt grundlæggende så opererer man med det, der hedder et virkningsprincip. Så man ser på, at foretager du noget markedsføring, så ser man på, hvor har det virkning henne? Det er så det land eller det lands forbrugere, man påvirker, hvis myndigheder, der kan føre tilsyn med det, og det er reglerne i de lande, der gælder. Det er udgangspunktet, og det gælder altså, når du er uden for EU. Så er det en amerikansk virksomhed, der gør det, så er det sådan set ligegyldigt, om de gør det over nettet eller indrykker annoncer i danske aviser, så er det den danske markedsføringslov, der finder anvendelse, og så må de også finde sig i, at det er os, de får på nakken fra Forbrugerombudsmanden. Grunden til, at jeg siger, at det er som udgangspunkt, er, fordi hvis det er inden for EU, så er forholdet reguleret i e-handelsdirektivet og e-handelsloven i Danmark. Og der siger man, at der er udgangspunktet, hvis det foregår på internettet eller på sociale medier eller lignende, så er udgangspunktet, at det er reglerne i etableringslandet, altså der, hvor virksomheden er etableret, der gælder, og det er myndighederne i det land, der skal føre tilsyn med reglerne.

Der er så nogle forskellige undtagelser, hvor vi alligevel ikke vil kunne gribe ind, hvis det er nødvendigt, f.eks. at hensyn til at beskytte folkesundheden eller lignende. Der kan man så sige, okay, er det så ikke super nemt bare at etablere sig i Spanien, og så er der frit slag i forhold til, hvad man gør i forhold til danskerne? Og nej, så nemt er det ikke, for man skal huske på, at den danske markedsføringslov er en implementering af direktivet om urimelig handelspraksis, og det direktiv gælder i alle EU-lande. Så det vil sige, at de regler, der gælder i Spanien, svarer faktisk til de regler på markedsføringsområdet, der gælder i Danmark også langt hen ad vejen. Man kan dog godt have noget national særlovgivning. Men de grundlæggende regler er de samme, der gælder i alle EU-lande. Og sideløbende med e-handelsdirektivet er der en forordning om samarbejde mellem håndhævelsesmyndighederne de forskellige EU-lande. Det giver os en mulighed for at gå til vore spanske kollegaer i en konkret sag og sige, at vi kan se, der foregår noget her, der påvirker de danske forbrugere, og det vil vi gerne have, at I griber ind overfor og får stoppet. Og så er myndighederne i Spanien forpligtet til at gøre noget ved det. Det samme selvfølgelig, hvis vi får en klage den anden vej, fordi nogle danskere markedsfører sig over for spanske forbrugere, så er vi også forpligtet til at reagere på den henvendelse, vi får fra vores spanske kollegaer, for at få bragt denne her overtrædelse til ophør.

18:44.000 --> 20:12.000

Og så får jeg lyst til at spørge dig lige her til sidst, inden vi runder dig af, hvorfor det egentlig er sat op på den her måde? Kan du sige noget om hensynet bag, hvornår den her markedsføringslov gælder og ikke gør?

Ja, det kan jeg godt. Helt grundlæggende er formålet med markedsføringsloven at sikre effektiv konkurrence og gode forbrugerforhold, så man har nogle velfungerende markeder. Og netop fordi hovedformålet er at beskytte forbrugerne, så er det for forbrugerne egentlig ligegyldigt, om det er en offentlig myndighed eller en almennyttig forening eller en erhvervsdrivende, der sælger mig det her produkt eller lignende. For forbrugeren er det en erhvervsdrivende som alle mulige andre, der sælger mig et produkt, og så er det de samme regler, der gælder. Så det er ikke sådan, at man kan sige, bare fordi man er en almennyttig forening, så er der frit slag til at snyde forbrugerne på den ene eller anden måde. Så det er egentlig for at sikre en fair og lige behandling af både forbrugerne, men også erhvervsdrivende. Så det er ikke sådan, at bare fordi det er en offentlig myndighed, så kan de snyde lige så meget, de vil, og så udkonkurrerer alle de rigtige virksomheder. Så det er det, der ligesom er tanken bag. Når man vælger at bevæge sig ind på et kommercielt marked, så er det markedsføringsloven, man skal holde sig for øje, hvad enten man er den ene eller den anden aktør, og så må man tage de regler og pligter, der følger med.

20:12.000 --> 20:32.000

Så hvis du vil være med i kampen, så må du spille efter samme regler. Og på den note tror jeg, jeg vil sige tak for i dag. Tak fordi du var her, Andreas.

Selv tak.

Og også tak til alle jer, der lyttede med derude. Lyt med næste gang, hvor vi taler om hvem. og hvornår man er erhvervsdrivende. Tak for nu.