

HØRINGSNOTAT VEDRØRENDE FORSLAG TIL ÆNDRING AF LATTERGASLOVEN OG MARKEDSFØRINGSLOVEN

16. marts 2023

1. Indledning

Lovforslaget har til formål at begrænse brugen af lattergas til beruselsesformål gennem skærpede regler ved salg til forbrugere, kontrol af CVR-numre ved salg af større mængder lattergas, forbud mod at besidde lattergas på offentligt tilgængelige steder samt mulighed for at lukke profiler og fjerne indhold på sociale medier.

Desuden har lovforslaget til formål at sikre en større præventiv effekt i forhold til særligt grove, systematiske overtrædelser af markedsføringslovens vildledningsbestemmelser.

Lovforslaget har været sendt i offentlig høring fra 27. juni til 18. august 2022. Der er modtaget 29 høringssvar, hvoraf syv indeholder konkrete bemærkninger til lovforslaget. I fire høringssvar er der bemærkninger til forslaget til ændring af lattergasloven, mens der i fem høringssvar er bemærkninger til forslaget til ændring af lov om markedsføring.

Lovforslaget indeholdt oprindeligt en ændring af markedsføringsloven, hvor der blev foreslået indført et krav om mærkning af retoucherede reklamebilleder og reklamefilm, hvis kroppens facon, størrelse eller hud var ændret, og ændringen kunne bidrage til kropspres. Denne del af lovforslaget er udgået, og de dele af høringssvarene, der vedrører mærkningsordningen, indgår derfor ikke i høringssnotatet.

De generelle bemærkninger fra høringen til forslaget til ændring af lattergasloven og lov om markedsføring gennemgås og kommenteres nedenfor i afsnit 2.

De væsentligste konkrete bemærkninger til enkelte emner gennemgås og kommenteres nedenfor i afsnit 3.

Visse høringssvar har givet anledning til redaktionelle ændringer og præciseringer i lovteksten og lovforslagets bemærkninger. Disse ændrer ikke ved substansen i forslaget og omtales derfor ikke nærmere i notatet.

2. Generelle bemærkninger

2.1. Ændringer i lattergasloven

Høringssvarene fra Dansk Erhverv, Dansk Live, og De Samvirkende Købmænd udtrykker opbakning til forslaget om ændring af lattergasloven.

2.2. Ændringer i markedsføringsloven

Høringssvarene fra Forbrugerombudsmanden og Green Power Denmark udtrykker opbakning til forslaget om ændring af markedsføringsloven. Bryggeriforeningen, Dansk Erhverv (DE) og Kreativitet og Kommunikation finder, at behovet for en stramning af sanktionerne for overtrædelse af markedsføringsloven bør undersøges nærmere og afvente effekten af den nye bødemodel, der blev indført den 1. januar 2022.

3. Bemærkninger til de konkrete emner

3.1. Lattergasloven

Dansk Erhverv er positiv over for hensigten med lovforslaget om at begrænse forbrugernes og særligt unges adgang til lattergas og bifalder, at der sættes fokus på salget af lattergas via sociale medier og ikke kun i fysiske butikker. Dansk Erhverv finder det centralt, at virksomheder fortsat vil kunne sælge lattergas i større mængder end to patroner til andre virksomheder.

De Samvirkende Købmænd (DSK) udtrykker tilfredshed med et øget fokus på overtrædelser ved nethandel og i kioskmiljøet og understreger, at bevidste og systematiske overtrædelser aldrig bør kunne betale sig. DSK foreslår, at alderskontrol ved salg af lattergas, men fx også tobak, alkohol og håndkøbsmedicin, automatiseres, eksempelvis ved at kundens alder valideres gennem betalingskortet.

Dansk Live udtrykker opbakning til ændringerne i lattergasloven og begrundet det med, at det er bebyrdende for festivaller, spillesteder og koncertarrangører at rydde op, når gæster ulovligt har indtaget lattergas, udover at det kan være livsfarligt at anvende lattergas, særligt når gæster er påvirket af alkohol. Dansk Live understreger, at der ikke opleves de store udfordringer med gæsters brug af lattergas, fordi reglerne på området har virket og fordi nogle af Dansk Lives medlemmer har lavet yderligere interne tiltag.

Forbrugerombudsmanden ønsker ordet ”markedsføring” præciseret i lovforslaget for ikke at skabe tvivl om lovens rækkevidde. Desuden ønsker forbrugerombudsmanden ordet ”anprise” fjernet fra den foreslåede § 10 a.

Kommentar

Alle afgivne høringsvar støtter ændringerne af lattergasloven. DSK foreslår en automatisering af alderskontrol, f.eks. gennem betalingskortet. Indenrigs- og Sundhedsministeriet og Erhvervsministeriet arbejder løbende på at sikre en effektiv alderskontrol.

3.2. Forhøjet strafferamme for overtrædelser af markedsføringslovens vildledningsforbud

Bryggeriforeningen, DE og Kreativitet og Kommunikation henviser til Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens arbejdsgruppe for bødeniveauer for overtrædelser af markedsføringsloven, som afgav sin rapport marts 2021 efter at have foretaget en grundig kortlægning af behovet for evt. ændringer af sanktionsniveauet for overtrædelser af markedsføringsloven. Arbejdsgruppens anbefalinger vedrørende justering af bødeniveauerne er vedtaget med ændringerne af markedsføringsloven pr. 1. januar 2022, hvor bødeniveauerne for overtrædelser af markedsføringsloven er sat markant op med indførelse af den nye bødemodel, hvor udmålingen af bøder sker på baggrund af den erhvervsdrivendes omsætning.

Bryggeriforeningen, DE og Kreativitet og Kommunikation påpeger, at der på nuværende tidspunkt ikke foreligger afsluttede sager, hvor den nye bødeberegningsmodel for overtrædelser af markedsføringsloven har været anvendt, og det er derfor for tidligt at øge sanktionerne for overtrædelser af markedsføringsloven ved at indføre den foreslåede ændring om mulighed for fængselsstraf. Det anbefales derfor, at man afventer evt. yderligere stramning af sanktionerne for overtrædelse af markedsføringsloven, indtil der foreligger tilstrækkelig praksis til at kunne vurdere effekten af den nye bødemodel.

DE bemærker at et flertal i Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens arbejdsgruppen for bødeniveauer for overtrædelse af markedsføringsloven fra 2021 tilkendegav, at spørgsmålet om fængselsstraf skal undersøges yderligere. Indførelse af fængselsstraf er en væsentlig udvidelse af sanktionsmulighederne for overtrædelse af markedsføringsloven og skal kun indføres, hvis forudgående grundige undersøgelser konkluderer, at det er proportionalt og reelt har en effekt i forhold det meget lave antal erhvervsdrivende (0-3 årligt), det vurderes at skulle anvendes i forhold til.

Forbrugerombudsmanden finder, at der i forhold til særligt grove, forsætlige og systematiske overtrædelser af markedsføringsloven er behov for at sanktionere med større præventiv effekt end en bødesanktion af hensyn til både forbrugere og de konkurrerende lovlydige erhvervsdrivende, der kan miste markedsandele som følge af de groft ulovlige forretningsmetoder.

Forbrugerombudsmanden henviser endvidere til, at overtrædelser af den norske markedsføringslov kan straffes med bøde eller fængsel indtil 6 måneder eller begge dele, ligesom overtrædelser af andre forbrugerbeskyttende bestemmelser i dansk lovgivning kan straffes med kortere fængselsstraffe, således som anført i rapporten. På den baggrund støtter Forbrugerombudsmanden generelt, at overtrædelser af markedsføringsloven under skærpende omstændigheder kan straffes med fængsel.

Forbrugerombudsmanden har enkelte lovtekniske forslag til præciseringer af lovforslaget og foreslår bl.a., at det præciseres, at skærpende omstændigheder vil være situationer, hvor overtrædelser er begået som led i en systematisk overtrædelse med økonomisk vinding for øje og at det præciseres, hvornår noget anses for systematisk.

Green Power Denmark støtter en skærpelse af markedsføringsloven, da det er vigtigt at få stoppet og forebygget, at selskaber systematisk anvender ulovlig markedsføring. Green Power Denmark finder imidlertid, at der er tale om en meget vidtgående skærpelse af sanktionsniveauet, og at det skal være helt klart, at fængselsstraf kun kan finde sted, hvis der er tale om grov og systematisk vildledning af forbrugerne, så der sikres den fornødne proportionalitet mellem forseelsen og sanktionen.

Green Power Denmark mener på den baggrund, at den foreslåede bestemmelse i § 37, stk. 4, nr. 1, ifølge hvilken det anses som en skærpende omstændighed, hvis virksomheden har begået en lignende overtrædelse, bør udgå, idet bestemmelsen kan få vidtgående og potentielt utilsigtede konsekvenser. Green Power Denmark peger på, at der ifølge bemærkningerne vil være tale om gentagelsestilfælde, når den erhvervsdrivende inden for de seneste fem år har begået en lignende overtrædelse. Det følger endvidere, at den erhvervsdrivendes overtrædelser ikke behøver at være identiske, om end ensartede. Endelig følger det, at det ikke er en forudsætning, at de tidligere overtrædelser har været til pådømmelse i det strafferetlige system. Green Power Denmark mener, at der er tale om et alt for langt tidsinterval, og at det kan ramme tilfælde, hvor enkelte sælgere med flere års mellemrum fejlagtigt har overtrådt lovgivningen. Derudover mener Green Power Denmark, at det er i strid med almindelige retssikkerhedsprincipper, at det ikke er et krav, at overtrædelserne har været til pådømmelse i det strafferetlige system. Green Power Denmark mener, at gerningsbeskrivelserne i den foreslåede § 37, stk. 4, nr. 2, og den foreslåede § 37, stk. 4 nr. 3, fuldt ud omfatter de forhold, som ønskes strafbelagt med fængsel.

Kommentar

Det er regeringens opfattelse, at det ikke må kunne betale sig at bryde markedsføringslovens regler. Det er ligeledes vurderingen, at det i tillæg til den forventede effekt af den nye bødemodel vil have en yderligere præven-

tiv effekt for de særligt grove tilfælde af overtrædelser af markedsføringslovens vildledningsbestemmelser, som efter deres karakter kan have samme strafværdighed som bedrageri, hvis de ansvarlige kan blive idømt fængselsstraf. Erhvervsministeriet har sammen med Justitsministeriet foretaget en afdækning af muligheden for at indføre fængselsstraf for grove og systematiske overtrædelser af markedsføringsloven. Afdækningen viser, at der ikke er noget juridisk til hinder for at indføre en sådan fængselsstraf.

Lovforslaget tager sigte på, at særligt grove, forsætlige og systematiske overtrædelser af markedsføringslovens bestemmelser om aggressiv handelspraksis eller forbud mod vildledning kan sanktioneres med fængselsstraf. Det tager ikke sigte på at sanktionere tilfælde, hvor en sælger ved en fejl har overtrådt lovgivningen en enkelt gang eller to, med fængselsstraf.

Det foreslås på den baggrund, at lovforslaget justeres i overensstemmelse hermed. Systematiske overtrædelser kan f.eks. være, hvis der er tale om et stort antal overtrædelser, eller hvis det kan påvises, at særligt grove overtrædelser er gennemtænkte, tilrettelagte eller følger et fastlagt system med økonomisk vinding for øje.

Fastsættelsen af straffen vil bero på domstolenes konkrete vurdering i det enkelte tilfælde og af samtlige omstændigheder i sagen, og det angivne strafniveau vil kunne fraviges i op- eller nedadgående retning, hvis der i den konkrete sag foreligger skærpende eller formildende omstændigheder, jf. herved de almindelige regler om straffens fastsættelse i straffelovens kapitel 10.

Det bemærkes, at Forbrugerombudsmanden har vurderet, at der vil være tale om 0-3 sager om året, hvor fængselsstraf vil kunne komme på tale. I de få og særligt grove sager vil det efter regeringens opfattelse sende et væsentligt præventivt signal, hvis de ansvarlige kan blive idømt fængselsstraf.

4. Oversigt over hørte myndigheder og organisationer m.v.

3F Fagligt Fælles Forbund, Advokatsamfundet, Akademikernes centralorganisation, Alkohol og Samfund, AMGROS, Arbejderbevægelsens Erhvervsråd, Arriva Tog, Asfaltindustrien, Autobranschen Danmark, Banedanmark, Begravelse Danmark, Bilbranchen, Bryggeriforeningen, Byggesocietetet, Bygherreforeningen, Byretterne, Børnerådet, Børns Vilkår, Clean Clothes Campaign, CO-Industri, Coop, Creative Club, Danmarks 29 Aktive Forbrugere, Danmarks Almene Boliger, Danmarks Apotekerforening, Danmarks Fotohandler Forening, Danmarks Fiskeriforening, Danmarks Idrætsforbund, Danmarks Nationalbank, Danmarks Rederier, Danmarks Rejsebureau Forening, Danmarks Restauranter og Caféer, Danmarks Skohandler Forening, Danmarks Sportshandler-Forening, Dansk Affaldsforening, Dansk Annoncørforening, Dansk Arbejdsgiverforening, Dansk

Bilbrancheråd, Dansk Byggeri, Dansk Boldspil-Union, Dansk Detail, Dansk DLF, Dansk Ejendomsmæglerforening, Dansk Elbil Alliance, Dansk Energi, Dansk Energi Gas, Dansk Erhverv, Dansk Energi, Dansk Fjernvarme, Dansk Fotografisk Forening, Dansk Industri, Dansk Inkasso Brancheforening, Dansk Kredit Råd, Dansk Kørelærer-Union, Dansk Landbrugsrådgivning, Dansk Live, Dansk Markedsføring, Dansk Retursystem, Dansk Skovforening, Dansk Tandplejerforening, Dansk Taxi Råd, Dansk Tekstil & Beklædning, Danske Advokater, Danske Andelsselskaber, Danske Arkitektvirksomheder, Danske Bedemænd, Danske Biludlejere, Danske Busvognmænd, Danske Erhvervsskoler og Gymnasier, Danske Fysioterapeuter, Danske Fodterapeuter, Danske Malermestre, Danske Medier, Danske Regioner, Danske Reklame og Relationsbureauers Brancheforening, Danske Revisorer, Danske Spil, De Danske Bilimportører, De Lokale Ugeaviser A/S, Den Danske Dommerforening, Den Danske Dyrlægeforening, Den Danske Fondsmæglerforening, DSK - De Samvirkende Købmænd, Det Økologiske Råd, DSB, DTL – Danske Vognmænd, Ecolabel, Eksportrådet, Energi- og Olieforum, Fair Trade, Falck, FDM - Forenede Danske Motorejere, FEHA – Foreningen af Producenter og Importører af Elektriske Husholdningsapparater, Feriehusudlejernes Brancheforening, Finans og Leasing, Finans Danmark, Finanstilsynet, Forbrugerombudsmanden, Forbrugerrådet TÆNK, Foreningen af Advokater og Advokatfuldmægtige, Foreningen af Danske Inkassoadvokater, FDIM - Foreningen af Danske Interaktive Medier, Foreningen af Offentlige Anklagere, Foreningen af Registrerede Revisorer/Foreningen af Statsautoriserede Revisorer, FDIH – Foreningen for Dansk Internethandel, Forsikring og Pension, Fødevarestyrelsen, Giftlinjen, Green Power Denmark, GRAKOM, HORESTA, Huset Markedsføring, Håndværksrådet, I/S Amager Ressourcecenter, Ingeniørforeningen, Investeringsfundsbranchen, IT-Brancheforeningen, ITEK, Justitsministeriet, Kreativitet og Kommunikation, Kommunernes Landsforening, Kulturministeriet, Kosmetik & Hygiejne Brancheren, Kvinderådet, Landbrug & Fødevarer, Landsforeningen af Forsvarsadvokater, Landsorganisationen i Danmark, Lederne, Liberale Erhvervs Råd, Lokale Pengeinstitutter, Lægeforeningen, Metroselskabet, Midttrafik, No Retouch, Nærbutikkernes Landsforening, Patrade Legal ApS, Parcelhusejernes Landsforening, Praktiserende Tandlægers Organisation, Radio- og tv-nævnet, Rigsadvokaten, Rigspolichefen, Rådet for Samfundsansvar, Sex og Samfund, Statens og Kommunernes Indkøbsservice, Sundhedsstyrelsen, Sydtrafik, Søsportens Brancheforening, Tandlægeforeningen, Teleindustrien, TEKNIQ, TV 2 DANMARK A/S, Vestre Landsret, Vin og Spiritus Organisationen I Danmark (V. S. O. D.), Ørsted og Østre Landsret.

Følgende organisationer, myndigheder m.v. har haft bemærkninger til lovforslaget:

Bryggeriforeningen

Dansk Erhverv

Dansk Live

De Samvirkende Købmænd (DSK)

Forbrugerombudsmanden

Green Power Denmark

Kreativitet & Kommunikation