

UDKAST

**Forslag
til
Lov om ændring af lov om salg og markedsføring af lattergas til forbrugere og lov om markedsføring¹**

(Skærpelse af regler om markedsføring af lattergas til beruselse og indførelse af mærkningsordning for retoucherede reklamebilleder samt mulighed for fængselsstraf)

§ 1

I lov om salg og markedsføring af lattergas til forbrugere, jf. lov nr. 800 af 9. juni 2020, foretages følgende ændringer:

1. Lovens *titel* affattes således:

»**Lov om markedsføring af lattergas til forbrugere (lattergasloven)**«.

2. § 1 affattes således:

»§ 1. Loven finder anvendelse på markedsføring af lattergas til forbrugere.«

3. I § 2 indsættes som *nr. 3-5*:

»3) Cracker: Aggregat som anvendes til at åbne lattergaspatroner, så gasen kan udtømmes.

¹ Loven har som udkast været notificeret i overensstemmelse med Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 2015/1535/EU om en informationsprocedure med hensyn til tekniske forskrifter samt forskrifter for informationssamfundets tjenester (kodifikation).

UDKAST

4) Onlinegrænseflade: Enhver form for software, herunder et websted, dele af et websted eller en applikation, hvor der markedsføres, sælges eller formidles salg af lattergas.

5) Kommunikationsplatform: Online platform som med henblik på opnåelse af fortjeneste tilbyder den besøgende at oprette en profil og udforske andre profiler, og hvis primære funktion består i at give brugerne af platformen mulighed for at tilslutte sig, dele meddelelser eller præsentationer med indhold i tegn, ord, på skrift, lyd, billeder eller video.«

4. *Overskriften* til kapitel 2 affattes således:

»Kapitel 2

Markedsføring af lattergas til forbrugere«

5. § 3 affattes således:

»§ 3. Det er forbudt at markedsføre mere end 17 gram lattergas pr. dag til en forbruger eller en person, der fremstår som en forbruger, jf. dog stk. 2 og 3.

Stk. 2. Lattergas må ikke markedsføres i Danmark til forbrugere eller personer, der fremstår som forbrugere, under 18 år.

Stk. 3. Lattergas må ikke markedsføres til beruselsesformål uanset mængde.«

6. Efter § 4 indsættes:

»§ 4 a. Lattergas må ikke besiddes på offentligt tilgængelige steder, uddannelsessteder, ungdomsklubber, fritidsordninger og lign., medmindre det sker som led i erhvervsudøvelse eller har et andet anerkendelsesværdigt formål.«

7. § 5 affattes således:

»Det er forbudt at markedsføre lattergas til forbrugere fra udsalgssteder, hvor der markedsføres alkohol, crackers, tobaksvarer, tobakssurrogater, urtebaserede rygeprodukter eller elektroniske cigaretter og genopfyldningsholdere med og uden nikotin.«

8. Efter § 5 indsættes:

»§ 5 a. Ved handel med lattergas over mængdebegrænsningen i § 3, stk. 1, skal forhandleren forud for betalingstransaktionen kontrollere, at køberen er en erhvervsdrivende med gyldigt CVR-nummer.

UDKAST

Stk. 2. Forhandleren skal have en relevant procedure for kontrollen i stk. 1. Kontrollen skal dokumenteres, og dokumentation for den udførte kontrol skal opbevares i 2 år.«

9. § 6 affattes således:

»§ 6. Forhandlere af lattergas skal kontrollere, at forbrugeren er fyldt 18 år, inden salget gennemføres.

Stk. 2. Ved forbrugerrettet internethandel skal forhandlere af lattergas drive et alderskontrollsystem, som effektivt sikrer, at forbrugeren er fyldt 18 år.

Stk. 3. Erhvervsministeren kan fastsætte nærmere regler om alderskontrollen nævnt i stk. 1 og 2, herunder om de nærmere krav til selve kontrollen, om et alderskontrollsystem, og om forhandleres pligt til at give kontrolmyndigheden oplysninger om systemets indhold og anvendelse.«

10. I § 7 udgår »salg og«.

11. I § 8 indsættes som *stk. 3*:

»*Stk. 3.* Har kontrollen nødvendiggjort en betaling, kan kontrolmyndigheden kræve udgiften refunderet fra forhandleren. Refusionen omfatter enhver omkostning forbundet med køb af lattergassen.«

12. Efter § 10 indsættes:

»§ 10 a. Kontrolmyndigheden kan påbyde en kommunikationsplatform eller onlinegrænseflade at ændre eller fjerne indhold eller blokere brugerprofiler, der anvendes til at anprise eller markedsføre lattergas til forbrugere.«

13. Efter § 11 indsættes før kapitel 4:

»Kapitel 3 a
Digital kommunikation

§ 11 a. Skriftlig kommunikation til Sikkerhedsstyrelsen skal foregå digitalt.

Stk. 2. Sikkerhedsstyrelsen kan dispensere fra kravet i stk. 1, når særlige hensyn taler herfor.

Kapitel 3 b
Klage

UDKAST

§ 11 b. Kontrolmyndighedens afgørelser truffet efter denne lov eller regler fastsat i medfør heraf kan ikke indbringes for anden administrativ myndighed, jf. dog stk. 2.

Stk. 2. Erhvervsministeren kan fastsætte regler om klageadgang vedrørende afgørelser, der er truffet på baggrund af regler udstedt i medfør af § 11, stk. 1 og 2.«

14. § 12, stk. 1, affattes således:

»§ 12. Medmindre strengere straf er forskyldt efter anden lovgivning, straffes med bøde den, der

- 1) markedsfører eller indfører lattergas i strid med §§ 3-5,
- 2) besidder lattergas på de i § 4 a angivne steder, hvis besiddelsen ikke sker som led i erhvervsudøvelse,
- 3) ikke opfylder betingelserne i § 5 a eller § 6, stk. 2,
- 4) ikke kontrollerer, at forbrugeren er fyldt 18 år, jf. § 6, stk. 1,
- 5) undlader at give kontrolmyndigheden oplysninger, som kontrolmyndigheden efter § 9 kan kræve udleveret, eller afgiver urigtige oplysninger i forbindelse med sagsbehandlingen,
- 6) undlader at give kontrolmyndigheden adgang til erhvervsmæssige lokaliteter eller transportmidler i strid med § 10, stk. 1, eller
- 7) overtræder eller undlader af efterkomme et påbud fra kontrolmyndigheden meddelt i henhold til § 10 a.«

15. I § 12, stk. 2, 1. pkt., indsættes efter »stk. 1«: », nr. 1-3,«.

16. I § 12, stk. 2, nr. 5, ændres »den erhvervsdrivende« til: »den, der markedsfører,«.

17. § 13, stk. 2, ophæves.

§ 2

I lov nr. 426 af 3. maj 2017 om markedsføring, som ændret bl.a. ved § 20 i lov nr. 309 af 25. april 2018, lov nr. 1309 af 6. december 2019, § 2 i lov nr. 801 af 9. juni 2020, og senest ved lov nr. 2192 af 30. november 2021 om markedsføring foretages følgende ændringer:

1. Efter § 11 b indsættes før overskriften før § 12:

»Mærkning af retoucherede reklamebilleder

UDKAST

§ 11 c. En erhvervsdrivende, der i sin handelspraksis anvender retoucherede reklamebilleder, hvor kroppens facon, størrelse eller hud er ændret, skal mærke billederne, jf. stk. 2.

Stk. 2. Erhvervsministeren fastsætter nærmere regler om, hvordan reklamebilleder skal mærkes, herunder eventuelle undtagelser til mærkningspligten.«

2. I § 37, *stk. 3*, indsættes efter »§ 11 b, stk. 1,«: »§ 11 c, stk. 1,«.

3. I § 37 indsættes efter *stk. 3* som nyt stykke:

»*Stk. 4.* Ved overtrædelse af § 5, stk. 1, og § 6, stk. 1, kan straffen under skærpende omstændigheder stige til fængsel indtil 4 måneder medmindre højere straf er forskyldt efter straffelovens § 279 eller anden lovgivning. Det anses som skærpende omstændigheder, når

- 1) der er tale om gentagelsestilfælde, hvor virksomheden tidligere har begået en lignende overtrædelse,
- 2) overtrædelsen er begået som led i en systematisk overtrædelse af reglerne med økonomisk vinding for øje eller
- 3) overtrædelsen er begået ved aggressiv handelspraksis, jf. § 7.«

Stk. 4-10 bliver herefter stk. 5-11.

§ 3

Stk. 1. § 1 træder i kraft den 15. november 2022, jf. dog stk. 2.

Stk. 2. § 1, nr. 8 og 9, træder i kraft den 1. juli 2023.

Stk. 3. § 2 træder i kraft den 1. juli 2023.

Bemærkninger til lovforslaget *Almindelige bemærkninger*

Indholdsfortegnelse

1. Indledning
2. Lovforslagets baggrund
3. Lovforslagets hovedpunkter
 - 3.1. Sikkerhedsstyrelsens kontrol under brug af skjult identitet

UDKAST

- 3.1.1. Gældende ret
- 3.1.2. Erhvervsministeriets overvejelser og den foreslåede ordning
- 3.2. CVR-kontrol
 - 3.2.1. Gældende ret
 - 3.2.2. Erhvervsministeriets overvejelser og den foreslåede ordning
- 3.3. Salg til beruselsesformål
 - 3.3.1. Gældende ret
 - 3.3.2. Erhvervsministeriets overvejelser og den foreslåede ordning
- 3.4. Sociale medier
 - 3.4.1. Gældende ret
 - 3.4.2. Erhvervsministeriets overvejelser og den foreslåede ordning
- 3.5. Sanktioner over for forbrugere
 - 3.5.1. Gældende ret
 - 3.5.2. Erhvervsministeriets overvejelser og den foreslåede ordning
- 3.6. Krav om mærkning af retoucherede reklamebilleder
 - 3.6.1. Gældende ret
 - 3.6.2. Erhvervsministeriets overvejelser og den foreslåede ordning
- 3.7. Forhøjet strafferamme
 - 3.7.1. Gældende ret
 - 3.7.2. Erhvervsministeriets overvejelser og den foreslåede ordning
- 4. Konsekvenser for opfyldelsen af FN's verdensmål
- 5. Økonomiske konsekvenser og implementeringskonsekvenser for det offentlige
- 6. Økonomiske og administrative konsekvenser for erhvervslivet m.v.
- 7. Administrative konsekvenser for borgerne
- 8. Klimamæssige konsekvenser
- 9. Miljø- og naturmæssige konsekvenser
- 10. Forholdet til EU-retten
- 11. Hørte myndigheder og organisationer m.v.
- 12. Sammenfattende skema

1. Indledning

Regeringen (Socialdemokratiet), Venstre, Dansk Folkeparti, Radikale Venstre, Socialistisk Folkeparti, Enhedslisten, Det Konservative Folkeparti og Alternativet indgik den 21. januar 2020 den første politiske aftale om indgreb mod misbrug af lattergas. Aftaleparterne bag aftalen indgik den 20. januar 2022 en ny aftale, hvor der iværksættes yderligere tiltag for at sætte ind over for de udfordringer, som brugen af lattergas til beruselsesformål fortsat medfører i samfundet.

Lovforslaget skal således følge op på denne nye aftale, som er indgået på baggrund af erfaringerne med den gældende lov nr. 800 af 9. juni 2020 om salg og markedsføring af lattergas til forbrugere (lattergasloven). Den første aftale om lattergas af 21. januar 2020 blev indgået med henblik på at dæmme op for misbrug af lattergas til beruselse, da misbrug er farligt og i værste fald kan medføre kvælning. Salget af lattergas til beruselsesformål skulle stoppes, og derfor blev en række tiltag iværksat med lattergasloven, herunder et forbud mod at sælge lattergas til unge under 18 år, fastsættelse af en mængdebegrænsning, så der ikke må sælges mere end to små lattergaspatroner til en forbruger pr. dag, samt en begrænsning af udsalgssteder, så lattergas ikke må sælges til forbrugere, hvis der samtidig forhandles alkohol, tobak eller e-cigaretter m.v.

Siden lattergasloven trådte i kraft den 10. juni 2020 har lattergasmarkedet dog ændret sig markant. De primære salgskanaler har flyttet sig fra fysiske butikker og webshops til nu at foregå på sociale medier og fra forbruger til forbruger. Det er derfor nødvendigt at tilpasse reglerne i overensstemmelse hermed.

Lovforslaget indeholder endvidere forslag til ændringer af markedsføringsloven. Dels foreslås indført en obligatorisk mærkningspligt for erhvervsdrivende, der anvender retoucherede reklamebilleder i deres handelspraksis, der ændrer kroppens facon, størrelse eller hud, dels foreslås indført mulighed for at sanktionere gentagne og systematiske overtrædelser af markedsføringslovens vildledningsforbud med fængselsstraf. Det følger af markedsføringslovens §§ 5 og 6, at en erhvervsdrivendes handelspraksis ikke må indeholde urigtige oplysninger eller i kraft af sin fremstillingsform eller på anden måde vildlede eller kunne forventes at vildlede gennemsnitsforbrugeren, uanset om oplysningerne er faktisk korrekte. Det følger videre, at erhvervsdrivendes handelspraksis ikke må vildlede ved at udelade eller skjule væsentlige oplysninger eller præsentere væsentlige oplysninger på en uklar, uforståelig, dobbelttydig eller uhensigtsmæssig måde.

2. Lovforslagets baggrund

På baggrund af Sikkerhedsstyrelsens tilsyn siden lattergaslovens ikrafttræden den 10. juni 2020 er det Erhvervsministeriets overordnede vurdering, at det åbenlyse salg af lattergas, som kunne observeres i fysiske butikker før lattergaslovens ikrafttræden, i overvejende grad er stoppet. Den samme tendens gør sig gældende for så vidt angår online salg af lattergas, hvor Sikkerhedsstyrelsen i dag konstaterer ulovligt salg af lattergas på ganske få danske hjemmesider. Det er på den baggrund Erhvervsministeriets vurdering, at den

UDKAST

umiddelbare tilgængelighed for både unge og voksne af lattergas er blevet væsentligt mindre. Alt andet lige er det sværere for den enkelte forbruger at anskaffe sig lattergaspatroner til beruselsesformål gennem de salgskanaler, som var fremherskende på tidspunktet for den gældende lovs vedtagelse.

På baggrund af Sikkerhedsstyrelsens tilsyn er det dog samtidig Erhvervsministeriets opfattelse, at en del af salget af lattergaspatroner til beruselsesformål nu foregår via andre kanaler, herunder sociale medier (som Snapchat) og udenlandske hjemmesider m.v., og at der derfor må forventes at være et vist illegalt marked for salg af lattergaspatroner til private forbrugere i Danmark.

Det fremgår af den første politiske aftale af 21. januar 2020 om indgreb mod misbrug af lattergas, at effekten af reglerne og den igangsatte forbyggende indsats skal evalueres senest et år efter lovens ikrafttrædelse med henblik på en vurdering af, om der skal foretages yderligere restriktioner for salget af lattergas til forbrugere. Sikkerhedsstyrelsen har derfor foretaget en evaluering af lattergasloven i 2021. Evalueringen afdækker særligt udfordringerne, der redegøres nærmere for herunder.

For det første vurderes det at være meget vanskeligt med det nuværende lovgrundlag at fælde dom i sager, hvor Sikkerhedsstyrelsen som led i styrelsens kontrol har handlet under skjult identitet, da der alene er tale om putative forsøg i disse situationer.

For det andet identificerer evalueringen, at private forbrugere kan anskaffe sig lattergas til beruselse ved at snyde med CVR-numre. Derfor bør kontrollen på området styrkes ved at stille krav til lattergassælgende virksomheder om, at virksomhederne skal kontrollere CVR-numre på de kunder, der køber lattergas. I den forbindelse er det dog afgørende at sikre, at det erhvervsrettede og legale salg af lattergaspatroner fortsat påvirkes i det mindste mulige omfang.

For det tredje afdækker evalueringen en problematik omkring såkaldte gigantpatroner, der typisk indeholder op til 1300 gram lattergas. Disse patroner er som følge af deres store indhold af lattergas forbudt at sælge til forbrugere, eftersom der alene må sælges 17 gram lattergas til hver enkelt forbruger pr. dag, hvilket svarer til to små lattergaspatroner indeholdende ca. 7-8,5 gram lattergas. Alligevel kan gigantpatronerne observeres henkastet i det fri, og i enkelte tilfælde er der af Sikkerhedsstyrelsen konstateret salg til forbrugere, hvilket indikerer, at også gigantpatroner misbruges til beruselse.

På baggrund af Erhvervsministeriets evaluering af den gældende lattergaslov har aftaleparterne bag den første politiske aftale om lattergas indgået en ny aftale den 22. januar 2022, hvor der iværksættes konkrete tiltag vedrørende de iagttagede udfordringer med henholdsvis øget salg af lattergas på sociale medier, manglende mulighed for at idømme straf efter anonym myndighedskontrol, snyd med brug af CVR-numre og besiddelse og salg af lattergas til beruselsesformål. Det er således disse tiltag, som lovforslaget følger op på.

3. Lovforslagets hovedpunkter

3.1. Sikkerhedsstyrelsens kontrol under brug af skjult identitet

3.1.1. Gældende ret

Lattergaslovens § 8, stk. 1, fastsætter, at Sikkerhedsstyrelsen fører kontrol med, at regler i lattergasloven og regler fastsat i medfør af lattergasloven, overholdes. Det fremgår af lovens § 8, stk. 2, at kontrollen skal udøves på en sådan måde, at der gribes ind med de midler og den hurtighed, som risikoens alvor kræver, herunder ved brug af en skjult identitet. Loven giver således Sikkerhedsstyrelsen hjemmel til at foretage køb under skjult identitet. Denne hjemmel er nødvendig for, at der kan gennemføres en effektiv kontrol af salg af lattergas til forbrugere både i fysiske butikker og online.

Statsadvokaten i Viborg (herefter Statsadvokaten) afgjorde i en konkret sag, hvor Sikkerhedsstyrelsen under skjult identitet købte et antal lattergaspatroner over den tilladte mængde på en webshop og efterfølgende politianmeldte forhandleren, at denne type sager ikke kan føres til dom.

Baggrunden for Statsadvokaten afgørelse er, at der ikke er foretaget et salg til en forbruger. Det skyldes, at en forbruger efter lovens § 2, nr. 2, er defineret som en fysisk eller juridisk person, der hovedsageligt handler uden for sit erhverv. Da Sikkerhedsstyrelsens køb under skjult identitet blev foretaget på vegne af en kontrolmyndighed, er der således ikke tale om en forbruger, der har handlet uden for sit erhverv. Det betyder, at der i retlig forstand ikke er tale om en fuldbyrdet forbrydelse, men om et såkaldt putativt forsøg på salg til en person, som forhandleren troede var forbruger. Rigsadvokaten nåede frem til samme konklusion i den efterfølgende klagesag.

Statsadvokaten vurderer, at der ikke er tale om en fuldbyrdet forbrydelse, idet Sikkerhedsstyrelsens kontrol med salg af lattergas over mængdebegrensningen både online og i fysiske butikker føres under skjult identitet,

UDKAST

og der er derfor alene tale om forsøg på overtrædelse af den eksisterende bestemmelse om salg til forbrugere, idet ansatte i Sikkerhedsstyrelsen ikke er omfattet af definitionen af forbrugere. Det følger af straffelovens § 21, stk. 3, at forsøg kun straffes, når der for lovovertrædelsen kan idømmes en straf, der overstiger fængsel i 4 måneder, for så vidt ikke andet er bestemt. Da strafferammen i medfør af lattergaslovens § 12, stk. 1, alene er bøde, kan der ikke straffes for forsøg, herunder putativt forsøg. Sager om Sikkerhedsstyrelsens kontrol under skjult identitet med salg af lattergas over mængdebegrænsningen til forbrugere er derfor blevet henlagt hos politiet og anklagemyndigheden. På baggrund af henlæggelsen af sager hos politi og anklagemyndigheder har Sikkerhedsstyrelsen ikke foretaget anmeldelser af yderligere sager.

Retstilstanden er således, at kontrolkøb udført under Sikkerhedsstyrelsens brug af skjult identitet i dag ikke kan føre til domfældelse.

3.1.2. Erhvervsministeriets overvejelser og den foreslåede ordning

En klar forudsætning i de gældende regler og den politiske aftale fra 2020, som de er baseret på, er, at reglerne skal håndhæves og føre til straf for dem, som ikke overholder reglerne.

Det vil kræve en lovændring, hvis der skal kunne ske domfældelse i sager, hvor der føres kontrol under brug af skjult identitet, og hvor der konstateres forsøg på ulovligt salg af lattergas.

Erhvervsministeriet vurderer, at de nuværende regler i sig selv ikke vil kunne give den ønskede adfærdsændring omkring markedsføring af lattergas, hvis der ikke er mulighed for at straffe forhandlere for at sælge lattergas ud over den tilladte mængde. Derfor bør reglerne ændres, så der også kan straffes i de tilfælde, hvor lattergas over mængdebegrænsningen markedsføres til personer, der fremstår som forbrugere. Derved kan der opnås domfældelse i de situationer, hvor ansatte i Sikkerhedsstyrelsen i forbindelse med kontrol under brug af skjult identitet kan konstatere, at lattergas over mængdebegrænsningen er tilgængeligt for dem, selvom de fremstår som forbrugere. sælges.

Udfordringerne med Sikkerhedsstyrelsens brug af skjult identitet ved udøvelsen af kontrol efter de gældende regler vedrører to primære problemstillinger. Den ene er situationen omkring selve salget. Når Sikkerhedsstyrelsen udfører kontrol og køber lattergas under skjult identitet, kan det, afhængigt

af omstændighederne, være i strid med provokationsforbuddet, hvorefter der ikke må opfordres til en forbrydelse. Det bemærkes, at lovændringen ikke ændrer på, at Sikkerhedsstyrelsens kontrol under brug af skjult identitet aldrig må ansøre til ulovlige handlinger i strid med provokationsforbuddet. Den anden problemstilling omhandler det faktum, at Sikkerhedsstyrelsen ikke er en forbruger, men en myndighed, og derfor kan gerningsindholdet i bestemmelsen ikke fuldbyrdes.

Erhvervsministeriet lægger med lovforslaget op til en ændring af den gældende § 3 i lattergasloven om forbud mod salg af mere end 17 gram lattergas til hver enkelt forbruger pr. dag. Det foreslås for det første at ændre formuleringen, således at bestemmelsen kriminaliserer markedsføring af lattergassen til forbrugere eller personer, der fremstår som forbrugere. Dermed erstattes ”sælge” med ”markedsføre”. Ved ”markedsføre” forstås alle handlinger, der gør lattergas tilgængeligt på markedet, herunder ved at sætte til salg eller stille lattergas til rådighed for forbrugeren mod eller uden betaling. Det bemærkes dog, at markedsføringsbegrebet ikke handler om annoncering eller reklamer. Betydningen af ordet skal forstås i overensstemmelse med lovgivningen om eksempelvis tobak og elektroniske cigaretter i betydningen at bringe et produkt på markedet, sætte det til salg eller på anden måde gøre det tilgængeligt for forbrugerne. Hensigten med ændringen er, at flytte gerningstidspunktet til det tidspunkt, hvor lattergassen markedsføres over for forbrugerne i den forstand, at lattergassen f.eks. lægges op på en hjemmeside eller på anden måde bliver gjort tilgængelig for salg.

For det andet foreslås det at tilføje, at forbuddet også omfatter personer, der fremstår som forbrugere. På den måde inkluderes den situation, hvor Sikkerhedsstyrelsens medarbejder handler under brug af skjult identitet i forbindelse med kontrollen og dermed fremstår som en forbruger, hvorved specifikke salg afdækket ved Sikkerhedsstyrelsens kontrolkøb foretaget under skjult identitet, kan straffes.

Der henvises til lovforslagets § 1, nr. 5, og bemærkningerne hertil.

3.2. CVR-kontrol

3.2.1. Gældende ret

Der stilles i dag ikke krav til, at forhandlere af lattergas skal kontrollere gyldigheden af CVR-numre, som købende virksomheder oplyser i forbindelse med en betalingstransaktion, når der handles med lattergas.

UDKAST

Det følger dog af lattergaslovens § 3, stk. 1, at det er forbudt at sælge mere end 17 gram lattergas til hver enkelt forbruger pr. dag. En forbruger defineres i henhold til lovens § 2 som en fysisk eller juridisk person, der hovedsageligt handler uden for sit erhverv.

Bestemmelsen i § 3, stk. 1, er dermed ikke til hinder for, at der kan sælges mere end 17 gram lattergas, hvis der er tale om et salg til en virksomhed eller en person, som handler på vegne af en virksomhed. Med andre ord forhindrer lattergasloven ikke, at der kan handles lattergas mellem erhvervsdrivende uden nogen form for mængdebegrænsning.

En måde at vurdere, om en kunde er en virksomhed, er ved at bede om et CVR-nummer i forbindelse med et salg af lattergas. I praksis har bestemmelsen derfor haft den virkning, at forhandlere af lattergas i stort omfang har stillet krav om angivelse af et CVR-nummer, hvis en kunde ønsker at købe mere end 17 gram lattergas.

Lattergasloven forpligter imidlertid ikke de sælgende virksomheder til at kontrollere indtastede CVR-numre, eller om købere handler uden for deres erhverv. Idet der dermed ikke stilles krav til, at forhandlere af lattergas skal kontrollere gyldigheden af CVR-numre, har Sikkerhedsstyrelsen derfor ikke efter de gældende regler mulighed for at kontrollere, om sælgende virksomheder kontrollerer CVR-numre med henblik på at sikre, at der alene sælges lattergas til andre virksomheder.

3.2.2. Erhvervsministeriets overvejelser og den foreslåede ordning

CVR er statens stamregister med oplysninger om alle danske virksomheder. En købers angivelse af et gyldigt CVR-nummer kan derfor bekræfte identiteten af den virksomhed, som ønsker at købe lattergas, idet CVR-nummeret entydigt identificerer den juridiske enhed, som er tildelt det pågældende CVR-nummer. Et CVR-nummer kan dermed bruges af en virksomhed til at dokumentere, at der rent faktisk er tale om en virksomhed og ikke en forbruger, og at virksomheden ikke er ophørt.

På baggrund af de gældende regler kan virksomheder frit sælge lattergas til andre virksomheder uden nogen form for mængdebegrænsning. Lattergas er anerkendt som et fødevaretilsætningsstof, der er inkluderet på EU-listen over godkendte fødevaretilsætningsstoffer i overensstemmelse med forordning (EF) nr. 1333/2008 om fødevaretilsætningsstoffer. Lattergas kan ligeledes anvendes som drivmiddel i industrielle processer. Erhvervsministeriet finder det derfor afgørende, at handel med lattergas mellem virksomheder

UDKAST

fortsat kan ske uden begrænsning, og at der i den forbindelse ikke pålægges virksomhederne unødvendige byrder.

Sikkerhedsstyrelsen har i forbindelse med kontrol efter lattergasloven eksempler på, at forbrugere har indtastet fiktive CVR-numre med henblik på at fremstå som virksomheder. Et fiktivt CVR-nummer kan i den forbindelse være, hvor en forbruger f.eks. anvender CVR-nummeret, der tilhører en tilfældig virksomhed, som ingen relation har til købet. Det kan også være, hvor en forbruger indtaste otte vilkårlige cifre for at fremstå som en virksomhed, der ikke nødvendigvis eksisterer. På den måde har det vist sig muligt for nogle forbrugere at omgå de foranstaltninger, som mange virksomheder har opstillet for at sikre, at der ikke sælges større mængder lattergas end tilladt til forbrugere.

Erhvervsministeriet finder det af afgørende betydning, at der fortsat sættes ind over for salget af lattergas til beruselsesformål, særligt over for unge. Aftalekredsen bag den første aftale om indgreb mod misbrug af lattergas har i den nye aftale af 20. januar 2022 om opfølgning på evalueringen af lattergasloven besluttet, at forhandlere af lattergas i forbindelse med betalingstransaktioner forpligtes til at kontrollere, at der handles med virksomheder. Kontrollen skal ske ved et eftersyn af, om der er opgivet et gyldigt CVR-nummer i forbindelse med betalingstransaktionen.

I forlængelse heraf er det Erhvervsministeriets vurdering, at forhandlere af lattergas skal forpligtes til at have en procedure for kontrollen af CVR-nummer. Proceduren kan være forskellig fra forhandler til forhandler, og det afgørende for proceduren vurderes at være, at kontrollen udføres korrekt af den enkelte forhandler. Herved forstås, at den pågældende forhandler skal kunne udføre kontrollen på en måde, hvor det er muligt at konstatere, at den pågældende virksomhed, som er ønsker at købe lattergas, er identisk med den virksomhed, hvis CVR-nummer oplyses. Det vil afhænge af de konkrete omstændigheder for den enkelte forhandler, hvad der vurderes at være en relevant procedure, og dermed vil der i vidt omfang være metodefrihed for forhandlerne.

Det foreslås endvidere, at kontrollen skal dokumenteres, og at dokumentationen skal opbevares i 2 år. På den måde sikres det, at Sikkerhedsstyrelsen i forbindelse med kontrollen på området kan anmode forhandlere om dokumentation for, at kontrollen med CVR-numre er udført, når der sælges lattergas til virksomheder.

Erhvervsministeriet vurderer, at den foreslåede ordning vil sikre, at forhandlere af lattergas fortsat kan sælge lattergas til virksomheder uden begrænsning. Samtidig vil ordningen forhindre, at forbrugere kan angive fiktive CVR-numre, og dermed udgive sig for at være virksomheder uden at være det, med henblik på at købe større mængder lattergas end tilladt.

3.3. Salg til beruselsesformål og besiddelse

3.3.1. Gældende ret

Det følger af lattergaslovens § 3, at det er forbudt at sælge mere end 17 gram lattergas til hver enkelt forbruger pr. dag, og at lattergas ikke må sælges til forbrugere under 18 år. Derudover følger det af lattergaslovens § 4, at forbrugere ikke må indføre mere end 17 gram lattergas til Danmark pr. dag, og at forbrugere under 18 år ikke må indføre lattergas til Danmark, uanset mængde. Det følger endvidere af lattergaslovens § 5, at det er forbudt at sælge lattergas til forbrugere fra udsalgssteder, hvor der sælges alkohol, tobaksvarer, tobakssurrogater, urtebaserede rygeprodukter eller elektroniske cigaretter og genopfyldningsbeholdere med og uden nikotin.

De nævnte bestemmelser i lattergasloven blev i 2020 fastsat for at sikre, at lattergas ikke sælges til beruselsesformål. Som det fremgår af bemærkningerne til lattergasloven, jf. Folketingstidende 2019-2020, tillæg A, L 179 som fremsat, side 51, var det Sikkerhedsstyrelsens vurdering, at det er vanskeligt at bevise, hvornår salg af lattergaspatroner sker til beruselsesformål. Det fremgår desuden, at regeringen på den baggrund ønsker at tage yderligere skridt for at komme salg af lattergaspatroner til beruselsesformål til livs. Der henvises endvidere til de specielle bemærkninger til lattergaslovens §§ 9-11, Folketingstidende 2019-2020, tillæg A, L 179 som fremsat, side 51-56, der efter en deling af lovforslaget er vedtaget som §§ 3-5.

Bestemmelserne i lattergaslovens §§ 3-5 blev således fastsat på baggrund af et overordnet ønske om at erstatte den generelle bestemmelse om produktsikkerhed i § 4, stk. 1, i lov om produktsikkerhed, jf. lovbekendtgørelse nr. 3 af 1. januar 2019, med bestemmelser, som alene vedrører salget og dermed anvendelsen af lattergas. Lattergasloven indeholder imidlertid ikke nogen specifik bestemmelse om, at salg af lattergas til beruselsesformål er forbudt.

Lattergasloven indeholder heller ikke bestemmelser om besiddelse af lattergas. Efter lattergasloven er der således ingen begrænsning for mængden af lattergas, som en person må besidde, herunder på offentligt tilgængelige steder. Der findes dog begrænsninger i andre regelsæt f.eks. reglerne om transport af farligt gods, da lattergaspatroner betragtes som trykflasker.

3.3.2. Erhvervsministeriets overvejelser og den foreslåede ordning

Med lattergasloven blev der fastsat en tilladt mængde på 17 gram, som lovligt kan sælges til hver enkelt forbruger pr. dag. På trods heraf viser Sikkerhedsstyrelsens kontrol på området, at der i flere tilfælde er solgt større mængder fra f.eks. kiosker. Derudover har Sikkerhedsstyrelsen i forbindelse med kontrol og på baggrund af henvendelse fra borgere konstateret, at små og store lattergas patroner ofte ligger henkastet på offentligt tilgængelige steder og i naturen, hvilket indikerer salg til forbrugere.

Som følge heraf har Sikkerhedsstyrelsen en formodning om, at dele af salget af lattergas fortsat sker med henblik på beruselsesformål. Almindelige og anerkendelsesværdige formål med lattergas for forbrugere vil således typisk være, at lattergassen anvendes som drivmiddel til f.eks. flødeskumssifoner eller som fødevarer til sætning af i mad- og drikkevarer.

Lattergasloven har ud fra et sundhedsmæssigt synspunkt haft den positive effekt, at det er blevet sværere for forbrugere at anskaffe lattergas til beruselsesformål. Erhvervsministeriet vurderer dog, at de gældende regler i lattergasloven ikke er fuldt ud tilstrækkelige til at bringe salget af lattergas til beruselsesformål helt til ophør.

Regeringen ønsker dermed at præcisere lovgivningen om lattergas, så reglerne er klare og specifikke omkring salget af lattergas til forbrugere. Der bør endvidere fastsættes regler, som ikke skaber unødigt tvivl om, hvorvidt salg af lattergas til beruselsesformål er lovligt eller ej. Som led i de opfølgende tiltag, der er besluttet af aftalekredsen bag lattergasaftalen, foreslås det derfor, at salg af lattergas til beruselse forbydes uanset den solgte mængde. Hvorvidt der er tale om salg til beruselsesformål vil afhænge af de nærmere omstændigheder omkring salget, herunder hvor og hvordan lattergassen sælges. Indikatorerne for salg til beruselsesformål fremgår af de specielle bemærkninger til § 1, nr. 5.

For så vidt angår besiddelse af lattergas er der ikke i lattergasloven nogen øvre grænse for mængden af lattergas, som personer lovligt må besidde. Det gælder uanset, om der er tale om forbrugere eller personer, som udøver erhvervmæssig virksomhed. Sikkerhedsstyrelsen har i forbindelse med kontrollen i henhold til lattergasloven og på baggrund af oplysninger fra politiet konstateret tilfælde af, at personer færdes på offentligt tilgængelige steder

med større mængder lattergas, f.eks. i en bil eller i nattelivet. Ifølge Sikkerhedsstyrelsen er dette et væsentligt problem, hvis salget af lattergas til beruselsesformål skal bringes til ophør. Der er således en formodning for, at personer, som færdes på offentlige tilgængelige steder og med større mængder lattergas, ønsker at anvende lattergas til beruselsesformål eller markedsføre lattergassen til forbrugere, henset til de almindelige og anerkendelsesværdige formål, lattergas kan anvendes til. Et anerkendelsesværdigt formål kan f.eks. være at bruge lattergassen som drivmiddel i en sifon til fremstilling af bl.a. flødeskum eller anden skum.

Erhvervsministeriet vurderer derfor, at det er hensigtsmæssigt at fastsætte regler om besiddelse af lattergas på offentligt tilgængelige steder m.v. Som et andet led i de opfølgende tiltag, der er besluttet af aftalekredsen bag lattergasaftalen, foreslås det, at besiddelse af lattergas uden anerkendelsesværdigt formål forbydes. Forslaget indebærer, at det bliver forbudt for personer at besidde lattergas på offentligt tilgængelige steder, medmindre besiddelsen sker som led i udøvelse af erhverv, eller at den pågældende person har et andet anerkendelsesværdigt formål med besiddelsen.

Besiddelse på offentligt tilgængelige steder m.v. skal forstås på samme måde som i knivloven, jf. lov nr. 376 af 27. april 2016. Besiddelse skal derfor forstås sådan, at den ikke alene omfatter at bære lattergas fysisk, men at besiddelsen også kan omfatte besiddelse i et køretøj eller lignende, som finder sig på et offentligt tilgængeligt sted.

Det er dermed hensigten, at der kan sættes ind over for besiddelsen af lattergas i miljøer, hvor der er en formodning for, at lattergassen i ikke ubetydeligt omfang anvendes til beruselsesformål. Det gælder f.eks. på festivaler, i nattelivet og på uddannelsessteder.

3.4. Sociale medier

3.4.1. Gældende ret

Lattergasloven indeholder ikke bestemmelser, der regulerer salget af lattergas på sociale medier.

3.4.2. Erhvervsministeriets overvejelser og den foreslåede ordning

Sikkerhedsstyrelsen har efter ikrafttrædelsen af lattergasloven konstateret, at fysiske butikker i stort omfang efterlever kravene vedrørende salg af lattergas, og at der i mindre grad end før sælges lattergas.

UDKAST

Sikkerhedsstyrelsen fører endvidere kontrol med salg af lattergas online, og fra november 2020 har denne onlinekontrol også omfattet forskellige fremtrædende sociale medier. Styrelsen har i den forbindelse konstateret, at salget af lattergas i stigende grad sker via sociale medier, som særligt anvendes af unge mennesker. En forhandler på de sociale medier er i udgangspunktet ikke en almindelig virksomhed, men derimod ofte en privatperson med et alias eller et brugernavn, der kan forbindes med lattergas. Derved bliver forhandleren igennem en profil, der er oprettet med henblik på at sælge lattergas, søg- og kontaktbar for andre brugere af det pågældende sociale medie.

Opererer forhandlere på sociale medier, som nævnt ovenfor, er det forbundet med betydelige vanskeligheder for Sikkerhedsstyrelsen som kontrolansvarlig myndighed at håndhæve reglerne om salg af lattergas til forbrugere. Derfor har styrelsen indledt samarbejder med flere udbydere af sociale medier, f.eks. ved at indgå aftaler om, at aliaser og brugernavne, der associeres med lattergas, eller hvor der formidles ulovligt salg af lattergas, bliver lukket af tjenesteudbyderen bag det pågældende sociale medie.

Erhvervsministeriet vurderer dog, at det på trods af det igangværende og fortsatte samarbejde med sociale medier er nødvendigt at kunne sætte yderligere ind de steder, hvor der bliver solgt lattergas. Dette gælder særligt, hvor der er tale om forhandlere, som ikke samarbejder med myndighederne. Et tiltag på området vil ligeledes imødekomme, at udviklingen på området sker hurtigt, hvorfor salget af lattergas kan rykke over på nye sociale medier eller sociale medier, hvor myndighederne har udfordringer med at indgå aftaler med f.eks. udenlandske tjenesteudbydere bag de sociale medier om nedlukning af profiler.

Der vurderes at være behov for at kunne pålægge tjenesteudbydere bag de sociale medier en forpligtelse til at sikre, at sociale medier ikke bruges som platform af forhandlere til at sælge lattergas til forbrugere i større mængder end tilladt. En sådan forpligtelse vil harmonere med det overordnede ansvar, som tjenesteudbydere af sociale medier bør have for at hindre sundhedsskadelig adfærd blandt brugerne, henset til den indflydelse og betydning, som sociale medier har i samfundet.

Som led i de opfølgende tiltag, der er besluttet af aftalekredsen bag lattergasaftalen, foreslås det derfor, at tjenesteudbydere af sociale medier skal kunne påbydes at lukke eller fjerne profiler, som forbindes med markedsføring af lattergas til forbrugere. Dermed vil tjenesteudbydere blive forpligtet

til at reagere. Det foreslås ligeledes, at det skal være strafbart for den enkelte tjenesteudbyder, hvis påbud ikke efterkommes.

3.5. Sanktioner over for forbrugere

3.5.1. Gældende ret

Sanktionsniveauet i den gældende lattergaslov følger samme niveau som lov om produkter og markedsovervågning, idet forslagene til de to love blev fremsat samlet og siden delt. Det betyder, at udgangspunktet for bødefastsættelsen starter på 50.000 kr. Strafmålingen beror på domstolenes konkrete vurdering i det enkelte tilfælde af samtlige omstændigheder i sagen, jf. herved de almindelige regler om straffens fastsættelse i straffelovens kapitel 10. Det angivne strafniveau vil derfor kunne fraviges i op- eller nedadgående retning, hvis der i den konkrete sag foreligger skærpende eller formildende omstændigheder. Det er forudsat, at bødestørrelserne i øvrigt skal følge den almindelige prisudvikling i samfundet.

Begge love tager udgangspunkt i, at det er en erhvervsdrivende, som overtræder reglerne, hvorfor der ikke er taget specifikt stilling til forbrugere, som overtræder reglerne ud over, at der er mulighed for at lempe på bødens størrelse alt efter de konkrete omstændigheder.

Der er endnu ikke domspraksis i sager, hvor der er sket overtrædelse af lattergasloven, og der kan derfor ikke fastslås en bødepraksis. Praksis i kontrolmyndigheden er dog indtil videre, at i sager, hvor en forbruger indfører lattergas til Danmark over den tilladte mængde, differentieres bødeindstillingerne efter mængden, herunder om mængden indikerer, at indførslen sker til eget forbrug eller med videresalg for øje. Bødeindstillingerne for salg af de mindste mængder over den tilladte begrænsning ligger på 15.000 kr. Der er vedtaget to bøder på denne størrelse. Bødestørrelsen skal ses i lyset af, at det betragtes som alvorligt, når en forbruger bestiller store mængder lattergas til levering, særligt når der købes væsentligt større mængder, end en forbruger umiddelbart ville kunne købe i Danmark, hvor der er mængdebegrænsning på 17 gram lattergas, svarende til to små patroner.

Når en forbruger sælger lattergas til en anden forbruger sidestilles dette med erhvervsdrivendes salg, og bødestørrelsen er i udgangspunktet 50.000 kr.

3.5.2. Erhvervsministeriets overvejelser og den foreslåede ordning

Det foreslås med dette lovforslag at gøre besiddelse af lattergas forbudt. Bestemmelsen ligger tæt op ad knivlovens forbud mod besiddelse. Det foreslås

derfor, at bødestørrelserne for besiddelse af lattergas ligger tæt op ad knivlovens bødestørrelser, så besiddelse af lattergas i små mængder på op til 649 gram i udgangspunktet starter med en bødestørrelse på 3.000 kr., mens besiddelse af en middelstor mængde fra 650 til 1.349 gram bør tage udgangspunkt i 5.000 kr.

Erhvervsministeriet vurderer, at det vil være bedst foreneligt med lovens formål at bibeholde bødestørrelsen, der tager udgangspunkt i 50.000 kr. i de sager, hvor eksempelvis den mængde lattergas, som forbrugeren besidder, er så stor, at det må formodes, at vedkommende har videresalg for øje. På den måde sidestilles situationen med erhvervsdrivende, som markedsfører lattergas til forbrugere. En stor mængde vurderes at være 1.350 gram eller derover, svarende til to gigantpatroner eller ca. 175 små patroner.

Det bør dog imidlertid ikke være mængden alene, som afgør, om der er tale om besiddelse af lattergas med videresalg for øje. Andre indikatorer kan også være, om der sammen med lattergassen findes f.eks. regnskaber, kundelister eller crackers og balloner.

De foreslåede bødestørrelser er udgangspunkter og det angivne strafniveau vil derfor kunne fraviges i op- eller nedadgående retning, hvis der i den konkrete sag foreligger skærpene eller formildende omstændigheder. Strafmålingen beror altid på domstolens konkrete vurdering i det enkelte tilfælde af samtlige omstændigheder i sagen.

3.6. Krav om mærkning af retoucherede reklamebilleder

3.6.1. Gældende ret

Der findes i lovgivningen ikke regler om, at reklamebilleder skal være mærket, såfremt der er anvendt digital retouchering eller der på anden vis er foretaget kropsændring på de afbildede personer.

Det følger af markedsføringsloven, at erhvervsdrivende skal udvise god skik i deres markedsføring, jf. lovens § 3, stk. 1 og 4. Derudover følger det af markedsføringslovens § 3, stk. 2, at markedsføring, der retter sig mod børn og unge, eller hvor børn og unge er særligt sårbare over for den pågældende markedsføring, skal være udformet med særlig hensyntagen til børn og unges naturlige godtroenhed og manglende erfaring og kritiske sans, som bevirker, at de er lettere at påvirke og præge.

Det følger videre af markedsføringslovens §§ 5 og 6, at en erhvervsdrivendes handelspraksis ikke må indeholde urigtige oplysninger eller i kraft af sin

fremstillingsform eller på anden måde vildlede eller kunne forventes at vildlede gennemsnitsforbrugeren, uanset om oplysningerne er faktisk korrekte. Det følger videre, at erhvervsdrivendes handelspraksis ikke må vildlede ved at udelade eller skjule væsentlige oplysninger eller præsentere væsentlige oplysninger på en uklar, uforståelig, dobbeltydig eller uhensigtsmæssig måde.

Retoucherede reklamer kan således efter omstændighederne være i strid med markedsføringslovens krav om god skik og lovens forbud om vildledning. Det er i så fald Forbrugerombudsmanden, der afgør, om retoucheret markedsføring er i strid med markedsføringslovens regler.

3.6.2. Erhvervsministeriets overvejelser og den foreslåede ordning

I juni 2020 udsendte Børns Vilkår en rapport i samarbejde med TrygFonden («Krop, køn og digital adfærd», Børns Vilkår og TrygFonden, juni 2020), hvor det bl.a. fremgår, at 38 pct. af alle piger i 9. klasse redigerer deres billeder, inden de lægger dem på de sociale medier. Det fremgår endvidere af rapporten, at næsten 1.900 samtaler på BørneTelefonen i 2019 blev registreret under emnet krop og/ eller udseende. I interviewundersøgelsen beskriver piger et pres for at skulle se perfekte ud. Det er et pres, som flere af dem mener, kommer fra de mange photoshoppede og retoucherede billeder, der florerer på sociale medier. Dette kan påvirke trivslen for unge.

Det er Erhvervsministeriets vurdering, at når især børn og unge udsættes for normskabende og urealistiske fremstillinger af kroppen, der ikke har noget med virkeligheden at gøre, kan det fremkalde mindreværdsfølelse og dårligt selvværd, hvilket kan påvirke deres livskvalitet. Det er derfor Erhvervsministeriets vurdering, at en obligatorisk mærkningsordning for retoucherede reklamebilleder kan være med til at skabe gennemsigtighed omkring brugen af retoucheret reklame, og bidrage til at bevidstgøre forbrugerne om, at fremstillingen af personer i reklamen afviger fra, hvordan personer ser ud i virkeligheden.

Erhvervsministeriet foreslår derfor, at der indføres en obligatorisk mærkningsordning for retoucherede reklamebilleder, hvor kroppens facon, størrelse eller hud er ændret ved manipulering af billedet. Mærkningspligten vil påhvile den erhvervsdrivende, der anvender sådanne retoucherede reklamebilleder i sin handelspraksis.

UDKAST

Det er Erhvervsministeriets vurdering, at en sådan ordning må formodes at bidrage til at reducere det pres i forbindelse med urealistiske kropsidealer, som ikke mindst børn og unge udsættes for. Det pres, som fremstilling af urealistiske kropsidealer medvirker til, er imidlertid ikke begrænset til børn og unge. Derudover er det pres, som fremstilling af urealistiske kropsidealer medvirker til, ikke begrænset til at forekomme på kanaler og platforme, som er rettet mod børn og unge. Erhvervsministeriet foreslår derfor, at mærkningsordningen skal gælde for retoucherede reklamebilleder i forbindelse med markedsføring generelt og ikke blot begrænses til markedsføring rettet mod børn og unge.

Det er derudover Erhvervsministeriets vurdering, at for at mærkningskravet skal være effektivt, skal det omfatte både reklamebilleder og reklamefilm, uanset hvor reklamen optræder. Mærkningspligten vil således omfatte reklamebilleder på alle medier og platforme og alle reklameflader. Influencere vil dermed også være omfattet, såfremt de modtager direkte eller indirekte betaling for at reklamere for et produkt, og i den forbindelse lægger et retoucheret billede op af sig selv.

Det vil være Forbrugerombudsmanden, der foretager vurderingen af, om et reklamebillede eller en reklamefilm er retoucheret og omfattet af kravet om mærkning. Til brug for vurderingen vil Forbrugerombudsmanden kunne kræve at få indsendt originalbilledet eller filmen, der har været anvendt i reklamen, til sammenligning. Det vil evt. kunne være nødvendigt at indhente sagkyndig bistand eller anvende et dataprogram til brug for vurderingen. Hvis der alene er tale om mindre ændringer i et reklamebillede- eller film, må det antages, at Forbrugerombudsmanden ikke vil prioritere at tage sådanne sager op til behandling, jf. Forbrugerombudsmandens prioriteringsadgang. Grænsedragningen vil blive fastlagt ved Forbrugerombudsmandens praksis og i sidste instans ved domstolene.

Det foreslås, at mærkningen vil skulle ske ved anvendelse af et fælles statsligt mærke, der let kan hentes af de erhvervsdrivende. Det foreslås endvidere, at der ved bekendtgørelse fastsættes regler om, hvordan mærkning skal ske og eventuelle undtagelser til mærkningspligten.

Der henvises til lovforslagets § 2, nr. 1, samt bemærkningerne hertil.

3.7. Forhøjet strafferamme

3.7.1. Gældende ret

Markedsføringslovens § 37, stk. 3, giver ikke mulighed for, at der kan idømmes fængselsstraf for overtrædelser af markedsføringslovens strafbelagte bestemmelser, medmindre der er tale om tilsidesættelse af et forbud eller påbud nedlagt af retten, eller et påbud, som Forbrugerombudsmanden har meddelt i henhold til markedsføringslovens § 28, stk. 2, § 32, stk. 2, eller § 38. I disse tilfælde kan der straffes med bøde eller fængsel i op til 4 måneder, jf. markedsføringslovens § 37, stk. 1. Overtrædelse af andre strafbelagte bestemmelser, herunder vildledningsbestemmelserne i markedsføringslovens §§ 5 og 6, straffes alene med bøde, medmindre højere straf er forskyldt efter straffelovens § 279 eller anden lovgivning, jf. lovens § 37, stk. 3. Efter de gældende regler forudsætter anvendelse af fængselsstraf for grov og systematisk vildledning af forbrugerne således, at overtrædelserne også udgør en overtrædelse af anden lovgivning, herunder straffelovens § 279 om bedrageri. Det betyder, at selv særdeles grove og systematiske overtrædelser af markedsføringsloven alene kan straffes med bøde.

3.7.2. Erhvervsministeriets overvejelser og den foreslåede ordning

Forbrugerombudsmanden har gennem de senere år behandlet flere sager om grove og systematiske overtrædelser af markedsføringslovens vildledningsbestemmelser. Især på elmarkedet har Forbrugerombudsmanden oplevet et betydeligt antal klager over enkelte selskabers aggressive og vildledende telefonsalg. Forbrugerombudsmanden modtog således i 2020 i alt 1.030 klager over uanmodede telefoniske henvendelser. En række sager vedrørte kunder, som følte sig vildledt i forbindelse med leverandørskifte hos elselskaber. Forbrugerombudsmanden politianmeldte de involverede selskaber for bl.a. at overtræde markedsføringsloven, men modtog også efter politianmeldelserne klager over selskabernes vildledende telefonsalg. Konkurrerende elselskaber, der ikke anvender tilsvarende vildledende metoder, har klaget til Forbrugerombudsmanden over, at de mister markedsandele som følge af de fortsatte ulovlige forretningsmodeller.

Erhvervsministeren nedsatte i april 2020 Arbejdsgruppen for bødeniveau for overtrædelser af markedsføringsloven. Arbejdsgruppen havde til opgave at komme med anbefalinger til, hvordan bødeniveauet eventuelt kan ændres, såfremt der var et politisk ønske herom. På baggrund af Arbejdsgruppens anbefalinger blev der ved den seneste ændring af markedsføringsloven indført en omsætningsbestemt bødemodel for overtrædelser af markedsføringsloven, der sikrer en væsentlig forhøjelse af bødeniveauet for overtrædelser af loven, så overtrædelser straffes med sanktioner, der er mærkbare, jf. lov

UDKAST

nr. 2192 af 30. november 2021 om ændring af lov om markedsføring. Arbejdsgruppen fandt imidlertid, at det med fordel kunne undersøges, om der burde indføres mulighed for fængselsstraf for grove og systematiske overtrædelser af markedsføringslovens vildledningsbestemmelser. På den baggrund iværksatte Erhvervsministeriet sammen med Justitsministeriet en afdækning af, om muligheden for at indføre fængselsstraf for grove og systematiske overtrædelser af markedsføringsloven. Afdækningen viste, at der ikke var noget juridisk til hinder for at indføre en sådan fængselsstraf.

Beskyttelseshensynene bag de bestemmelser, der nævnes i markedsføringslovens § 37, stk. 3, er overordnet at beskytte forbrugernes økonomiske interesser mod virksomheders urimelige handelspraksis. Derved er hensynet også indirekte at beskytte lovlydige virksomheder mod deres konkurrenter, der ikke følger reglerne i markedsføringsloven, og derved sikre fair konkurrence.

Det er Erhvervsministeriets opfattelse, at det ikke må kunne betale sig at bryde reglerne. Det er ligeledes Erhvervsministeriets vurdering, at det i til læg til den forventede effekt af den nye bødemodel vil have en yderligere præventiv effekt for de særligt grove tilfælde af overtrædelser af markedsføringslovens vildledningsbestemmelser, hvis de ansvarlige kan blive idømt fængselsstraf.

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 særdeles grove sager vil det efter regeringens opfattelse sende et væsentligt præventivt signal, hvis de ansvarlige kan blive idømt fængselsstraf, ligesom sanktionen dermed bliver mere sammenlignelig med sanktionsbestemmelserne i sager om bedrageri af lignende karakter.

Regeringen foreslår derfor, at domstolene ved overtrædelser af markedsføringslovens vildledningsbestemmelser, jf. § 5, stk. 1, og § 6, stk. 1, under skærpende omstændigheder kan udmåle fængselsstraf i indtil 4 måneder. Fængselsstraf forudsætter, at overtrædelserne eller undladelserne er begået med forsæt eller grov uagtsomhed. Fastsættelsen af straffen vil bero på domstolenes konkrete vurdering i det enkelte tilfælde og af samtlige omstændigheder i sagen, og det angivne straffniveau 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.

Der henvises til lovforslagets § 2, nr. 3, samt bemærkningerne hertil.

4. Konsekvenser for opfyldelsen af FN's verdensmål

Lovforslaget forventes at bidrage positivt til at understøtte FN's verdensmål 3.5. Det følger af verdensmålet i 3.5, at forebyggelse og behandling af rusmiddelmisbrug, herunder narkotikamisbrug og skadelig brug af alkohol, skal styrkes.

Med lovforslaget stilles der yderligere krav til markedsføringen af lattergas til forbrugere i Danmark, og det gøres forbudt for forbrugere at besidde lattergas uden anerkendelsesværdigt formål. Det overordnede hensyn bag tiltagene i lovforslaget er, at lattergas ikke anvendes til beruselsesformål, idet der er betydelige sundhedsmæssige risici forbundet med indtagelsen af lattergas i beruselsesøjemed. På den baggrund er der med lovforslaget tale om en forbyggende indsats mod det misbrug af lattergas, der har vist sig at eksistere i Danmark, særligt blandt unge.

FN's verdensmål vurderes ikke at være relevante for lovforslagets ændring af markedsføringsloven.

5. Økonomiske konsekvenser og implementeringskonsekvenser for det offentlige

Lovforslaget forventes ikke at have væsentlige økonomiske konsekvenser for det offentlige fsva. markedsføring af lattergas.

Det vurderes, at den foreslåede ændring af markedsføringsloven vil medføre begrænsede merudgifter, som forventes afholdt inden for Erhvervsministeriets økonomiske ramme.

Forbrugerombudsmanden skal føre tilsyn med mærkningsordningen efter reglerne i markedsføringsloven og bekendtgørelsen om Forbrugerombudsmandens virksomhed. Det indebærer, at Forbrugerombudsmanden har mulighed for at prioritere blandt de sager, som forelægges Forbrugerombudsmanden. På baggrund af prioriteringsadgangen vurderes det, at lovforslaget ikke vil medføre øgede udgifter for institutionen.

Det vurderes, at forslaget ikke medfører implementeringskonsekvenser for regioner og kommuner, og at forslaget endvidere ingen selvstyremæssige konsekvenser har for kommunerne.

Lovforslagets konsekvenser for Justitsministeriets område er under afklaring.

Principperne for digitaliseringsklar lovgivning

Lovforslaget vurderes at leve op til principperne for digitaliseringsklar lovgivning, i det omfang principperne er relevante. Dette indebærer bl.a., at reglerne så vidt muligt er udformet på en klar og konsistent måde, jf. princip 1.

I lovforslagets nye kapitel 3 a, foreslås, at der fastsættes bestemmelser i relation til kommunikation til og fra Sikkerhedsstyrelsen. I den forbindelse vil digital kommunikation være obligatorisk, medmindre særlige hensyn taler for at fravige dette udgangspunkt. I vid udstrækning vil der blive anvendt digital post, så meddelelser sendes sikkert både til og fra Sikkerhedsstyrelsen. Forslaget følger dermed princip 2 om digital kommunikation og princip 6 om anvendelse af offentlig it-infrastruktur.

Forslaget understøtter princip 3 om automatisk sagsbehandling til en vis grad, idet der foreslås, at forhandlere fremadrettet skal foretage kontrol af, om der handles med et CVR-nummer. Denne kontrol skal foretages i tillæg til den nuværende alderskontrol og medfører, at kontrolmyndighedens kontrol bliver forenklet og således ikke længere beror på et skøn.

Lovforslaget anvender i høj grad allerede kendte begreber fra anden lovgivning, jf. princip 4.

Sikkerhedsstyrelsens kontrolopgaver vil medføre, at der behandles relevant produkt-, og virksomhedsinformation. Styrelsen vil have et lovligt behandlingsgrundlag i henhold til databeskyttelsesforordningens artikel 6, stk. 1, litra e, idet der vil være tale om offentlig myndighedsudøvelse.

Lovforslagets ændring af markedsføringsloven vurderes ligeledes at leve op til principperne for digitaliseringsklar lovgivning, i det omfang principperne er relevante. Dette indebærer bl.a., at reglerne så vidt muligt er udformet på en klar og konsistent måde, jf. princip 1.

6. Økonomiske og administrative konsekvenser for erhvervslivet m.v.

Lovforslaget forventes at medføre mindre økonomiske konsekvenser for erhvervslivet.

Henset til at markedsføring af lattergas til forbrugere til legitime formål vurderes at være begrænset, forventes der således at være mindre administrative konsekvenser for erhvervslivet i forbindelse med kravet om et alderskontrollsystem og dokumentation af kontrol med CVR-numre ved markedsføring af lattergas.

Endelig forventes mindre administrative konsekvenser for kommunikationsplatforme og onlinegrænseflader, der ved påbud kan pålægges at blokere eller fjerne indhold fra deres brugergrænseflader.

Det vurderes, at lovforslagets ændring af markedsføringsloven vil medføre mindre løbende økonomiske omkostninger og omstillingsomkostninger for erhvervslivet i forbindelse med mærkningspligten for retoucherede reklamebilleder. De løbende omkostninger vil udgøre en del af de omkostninger, der allerede vil være forbundet med opsætning og redigering af reklamebilledet, og omkostningerne for den enkelte virksomhed må derfor antages at være meget begrænsede. Omkostningerne tjener direkte til efterlevelse af en informationsforpligtelse, idet formålet med mærkningspligten er at bidrage til gennemsigtighed omkring anvendelsen af reklamebilleder. Mærket vil blive udviklet af staten og stillet til rådighed, så det let kan downloades til alle formater og kanaler.

Samlet set forventes lovforslaget at medføre økonomiske og administrative konsekvenser for under 4 mio. kr. årligt. Konsekvenserne vil derfor ikke blive kvantificeret yderligere.

Principper for agil erhvervsrettet regulering

Det vurderes, at lovforslaget er i overensstemmelse med principperne for agil erhvervsrettet regulering.

Der stilles ikke krav om specifikke teknologier eller løsninger i lovforslaget som forudsætning for at overholde lovens formål. Der er derimod metodefrihed til at vælge den løsning, som passer bedst til den enkelte forhandler, så længe formålet opfyldes. Forslaget understøtter dermed princip 2 og 3. Princip 1 og 4 vurderes ikke at være relevante for forslaget.

7. Administrative konsekvenser for borgerne

Lovforslaget vurderes ikke at have administrative konsekvenser for borgerne.

8. Klimamæssige konsekvenser

Lovforslaget har ikke klimamæssige konsekvenser.

9. Miljø- og naturmæssige konsekvenser

Lovforslaget har ikke væsentlige miljø- eller naturmæssige konsekvenser, dog kan lovforslaget forhåbentlig være med til at mindske antallet af henkastede lattergaspatroner i naturen, som følge af mindre salg til beruselse.

10. Forholdet til EU-retten

Lovforslaget implementerer ikke EU-regulering.

Lovforslagets tiltag på lattergas kan udgøre handelsrestriktioner i strid med TEUF artikel 34. Det er dog Erhvervsministeriets vurdering, at tiltagene kan retfærdiggøres efter TEUF artikel 36, idet der er tale om regulering, som er begrundet i hensynet til beskyttelsen af menneskers sundhed. Det skyldes, at indtagelsen af lattergas kan have alvorlige sundhedsmæssige konsekvenser.

De foreslåede tiltag vurderes at være egnede til at opnå det ønskede mål om at bringe brugen af lattergas til beruselsesformål til ophør. Det vurderes, at mindre restriktiv regulering ikke vil være tilstrækkeligt til at opnå det ønskede mål. Tiltagene sender samtidig et kraftigt signal om, at indtagelsen af lattergas er yderst farligt.

Erhvervsministeriet vurderer på den baggrund, at den foreslåede regulering vil være i overensstemmelse med proportionalitetsprincippet og således ikke er i strid med EU-retten.

Lovforslagets ændring af markedsføringsloven implementerer ikke EU-regulering.

Direktivet om urimelig handelspraksis (2005/29/EF) er implementeret ved markedsføringsloven. Direktivet er et totalharmoniseringsdirektiv, men omfatter alene forhold vedrørende beskyttelse af forbrugernes økonomiske interesser. Direktivet omfatter ikke nationale bestemmelser, der har til formål at beskytte interesser, som ikke er af økonomisk karakter. Medlemsstaterne kan derfor fastsætte regler for handelspraksis ud fra hensyn til f.eks. forbrugernes sundhed, som den foreslåede mærkningsordning for retoucherede reklamebilleder er begrundet i.

11. Hørte myndigheder og organisationer m.v.

Et udkast til lovforslag har i perioden fra den 27. juni 2022 til den 18. august 2022 været sendt i høring hos følgende myndigheder og organisationer m.v.: 3F Fagligt Fælles Forbund, Advokatsamfundet, Akademikernes centralorganisation, Alkohol og Samfund, AMGROS, Arbejderbevægelsens Erhvervsråd, Arriva Tog, Asfaltindustrien, Autobranchen Danmark, Banedanmark, Begravelse Danmark, Bilbranchen, Bryggeriforeningen, Byggesocietetet, Bygherreforeningen, Byretterne, Børnerådet, Børns Vilkår, Clean Clothes Campaign, CO-Industri, Coop, 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 Caf er, Danmarks Skohandler Forening, Danmarks Sportshandler-Forening, Dansk Affaldsforening, Dansk Annoncørforening, Dansk Arbejdsgiverforening, Dansk Bilbrancheråd, Dansk Byggeri, Dansk Boldspil-Union, Dansk Detail, Dansk DLF, Dansk Ejendoms glerforening, Dansk Elbil Alliance, Dansk Energi, Dansk Energi Gas, Dansk Erhverv, Dansk Energi, Dansk Fjernvarme, 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 Bedem nd, 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 Dyrlegeforening, Den Danske Fondsmæglerforening, DSK - De Samvirkende Købmænd, Det  kologiske 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, HORESTA, Huset Markedsføring,

UDKAST

Håndværksrådet, I/S Amager Ressourcecenter, Ingeniørforeningen, Investeringsfundsbranchen, IT-Brancheforeningen, ITEK, Justitsministeriet, Kreativitet og Kommunikation, Kommunernes Landsforening, Kulturministeriet, Kvinderådet, Landbrug & Fødevarer, Landsforeningen af Forsvarsadvokater, Landsorganisationen i Danmark, Lederne, Liberale Erhvervs Råd, Lokale Pengeinstitutter, Lægeforeningen, Metroselskabet, Midttrafik, Nærbutikkernes Landsforening, Patrade Legal ApS, Parcelhusejernes Landsforening, Praktiserende Tandlægers Organisation, Radio- og tv-nævnet, Rigsadvokaten, Rigspolitechefen, 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.

12. Sammenfattende skema

	Positive konsekvenser/mindreudgifter (hvis ja, angiv omfang/Hvis nej, anfør »Ingen«)	Negative konsekvenser/merudgifter (hvis ja, angiv omfang/Hvis nej, anfør »Ingen«)
Økonomiske konsekvenser for stat, kommuner og regioner	Ingen	1.1 mio. kr.
Implementeringskonsekvenser for stat, kommuner og regioner	Ingen	Ingen
Økonomiske konsekvenser for erhvervslivet	Ingen	Begrænsede merudgifter
Administrative konsekvenser for erhvervslivet	Ingen	Begrænsede merudgifter
Administrative konsekvenser for borgerne	Ingen	Nej
Klimamæssige konsekvenser	Ingen	Nej
Miljø- og naturmæssige konsekvenser	Ubetydelige	Nej
Forholdet til EU-retten	Lovforslaget vurderes at være i overensstemmelse med EU-retten. Lovforslaget implementerer ikke EU-retsakter	

UDKAST

	Positive konsekvenser/mindre-udgifter (hvis ja, angiv omfang/Hvis nej, anfør »Ingen«)	Negative konsekvenser/mer-udgifter (hvis ja, angiv omfang/Hvis nej, anfør »Ingen«)
[Er i strid med de fem principper for implementering af erhvervsrettet EU-regulering] / [Går videre end minimumskrav i EU-regulering] (sæt X)	Ja	Nej X

Bemærkninger til lovforslagets enkelte bestemmelser

Til § 1

Til nr. 1

Den gældende lovs titel er lov om salg og markedsføring af lattergas (herafter benævnt lattergasloven).

Det foreslås, at lovens *titel* fremover skal være ”Lov om markedsføring af lattergas til forbrugere (lattergasloven)”.

Ændringen i titlen foreslås som følge af, at det primære forbud i lovens § 3 omformuleres, så salg udgår af lovteksten.

Til nr. 2

Det fremgår af § 1 i lov om salg og markedsføring af lattergas (lattergasloven), at loven finder anvendelse på lattergas.

Det foreslås, at anvendelsesområdet i § 1 omformuleres så det klart fremgår, at loven finder anvendelse på markedsføring af lattergas til forbrugere.

Til nr. 3

I den gældende lattergaslov fremgår der definitioner på lattergas og forbruger. Det foreslås, at indsætte yderligere 3 definitioner i § 2, som nr. 3-5.

I *nr. 3* foreslås cracker defineret som et aggregat, som anvendes til at åbne lattergaspatroner, således at gassen kan udtømmes. Crackers bruges til at ”åbne” en lattergaspatron, så indholdet kan udtømmes i eksempelvis en ballon og indtages via denne. Crackers har ikke andre formål end at ”åbne”

lattergaspatroner og kan så vidt vides ikke anvendes til andet. Flødeskums-sifoner er ikke omfattet af definitionen af ”crackers”, selv om disse også ”åbner” lattergaspatronen, idet sifoner har et legitimt formål.

Det foreslås i *nr. 4*, at en onlinegrænseflade defineres som enhver form for software, herunder et websted, dele af et websted eller en applikation, hvor der markedsføres, sælges eller formidles salg af lattergas.

Det er ikke muligt at fastslå endeligt, hvad en onlinegrænseflade er, da der hele tiden sker udvikling inden for området. En onlinegrænseflade er enhver form for software, herunder et websted, dele af et websted eller en applikation, der giver brugere adgang til produkter eller indhold. I øjeblikket er det særligt hjemmesider og applikationer til mobiltelefoner, tablets og computere, der bliver brugt for at tilgå eksempelvis en webshop. Dette formodes dog at ændre sig i takt med, at der kommer nye løsninger på markedet. I skrivende stund omfatter begrebet bl.a. onlinemarkedspladser, som formidler salget mellem erhvervsdrivende og forbrugere.

I relation til dette lovforslag er det særligt onlinegrænseflader, som anvendes til at markedsføre, sælge eller formidle salg af lattergas. Kommunikationsplatforme, som ligeledes omfattes af dette lovforslag, er at betragte som en underkategori til onlinegrænseflader. Disse er særligt relevante, hvor kommunikationsplatformen anvendes til at formidle kontakten og deraf følgende salg af lattergas.

I *nr. 5* foreslås det at definere kommunikationsplatform som en online platform som med henblik på opnåelse af fortjeneste tilbyder den besøgende at oprette en profil og udforske andre profiler, og hvis primære funktion består i at give brugerne af platformen mulighed for at tilslutte sig, dele meddelelser eller præsentationer med indhold i tegn, ord, på skrift, lyd, billeder eller video. Definitionen på kommunikationsplatform svarer til definitionen i lov om regulering af sociale medier.

At platformen er online indebærer, at interaktion på platformen sker via internettet. Online platforme varierer i format og antal funktioner, som er designet og vedligeholdt af en tjenesteudbyder, men de kan som regel tilgås via et websted fra både stationære og bærbare computere og via en app på mobile enheder, såsom tabletcomputere og smartphones. Platforme, som ydes ved hjælp af f.eks. telefax eller telex, er ikke omfattet.

UDKAST

Det forhold, at kommunikationsplatformen skal tilbydes af en tjenesteudbyder med henblik på opnåelse af fortjeneste, skal forstås således, at kommunikationsplatformen har et kommercielt sigte, hvilket omfatter alle aktiviteter, der er af økonomisk art, eller som er udført mod betaling. Der skal ikke nødvendigvis ske betaling fra brugeren, dvs. at en kommunikationsplatform godt kan have et kommercielt sigte i lovens forstand, selv om tjenesteudbyderens virksomhed i almindelighed ikke betegnes som kommerciel. Kommunikationsplatformen skal sigte mod at generere en omsætning. Det kan f.eks. være, at tjenesteudbyderen tilbyder ydelser eller produkter mod betaling til andre fysiske og juridiske personer, som ønsker at promovere sine ydelser eller produkter på kommunikationsplatformen. Denne betaling kan også udgøre adgang til data. Tjenesteudbydere kan f.eks. opnå fortjeneste ved at give virksomheder adgang til at købe medieplacering med annoncering og ved in-app køb m.m. Herudover kan tjenesteudbydere opnå fortjeneste ved at tilbyde sine brugere, som har adgang til kommunikationsplatformen uden betaling, muligheden for at tilkøbe premium-medlemskaber for f.eks. et ugentligt, månedligt eller årligt beløb.

Platformen skal tilbyde den besøgende at oprette en profil og udforske andre profiler. Brugeren kan således efter registrering på platformen få adgang til at skabe sociale relationer ved at forbinde sig med andre brugere, som også har profiler på webstedet eller appen, enten gensidigt eller ved at andre brugere følger brugerprofilen. "Venne"- eller "følger"-netværket på platformen er typisk synligt for andre brugere, og den primære sociale interaktion på platformen består af en offentlig, delvist offentlig eller privat kontinuerlig strøm af indhold, der genereres af andre brugere eller én selv. Det bemærkes hertil, at det ikke er en forudsætning for at falde ind under definitionen af kommunikationsplatform, at brugere tilknytter sig med andre brugere.

Det foreslås, at forudsætningen for at blive omfattet af definitionen af en kommunikationsplatform er, at en primær funktion af platformen skal bestå i at muliggøre det for brugere at tilslutte sig, dele meddelelser eller præsentationer med indhold i tegn, ord, på skrift, lyd, billeder eller video. Dette skal forstås bredt, således at f.eks. en tilslutning ikke nødvendigvis skal ske på skrift, men kan ske ved at trykke på en "like"-knap på en anden brugers indhold på platformen. Brugergenereret indhold gøres typisk let tilgængeligt for brugerne generelt, uden at den bruger, der leverer informationen, skal foretage sig andet for at give disse personer adgang til den pågældende information.

UDKAST

Kravet om primær funktion betyder, at definitionen kun omfatter den del af en given kommunikationsplatform, som opfylder dette krav. Hvis en tjenesteudbyder i tilknytning til sin kommunikationsplatform også tilbyder en separat tjeneste, hvor det f.eks. er muligt for brugerne at handle med varer eller benytte en individuel kommunikationstjeneste, er denne del ikke omfattet af loven.

Det er blevet mere almindeligt, at websteder, som er genstand for meget brugertrafik, også tilbyder en interaktiv kommunikationsmulighed, som tillader registrerede brugere at interagere og dele indhold på deres websted gennem f.eks. en chatfunktion. Det er ikke hensigten, at lovforslaget skal omfatte interaktive kommunikationsmuligheder mellem brugere, som udgør en mindre og rent accessorisk del, der er knyttet til et websted, som primært tilbyder f.eks. journalistisk- eller redaktionelt indhold m.m. Kommentarsektionen i en onlineavis vil f.eks. udgøre en sådan accessorisk funktion, i forhold til den primære tjeneste, nemlig offentliggørelsen af nyheder under udgiverens redaktionelle ansvar. I visse tilfælde tilbyder virksomheder f.eks. salg af produkter på sit websted som den primære funktion, men virksomheden giver også brugerne adgang til at kommunikere og meningsudveksle om produkterne på webstedet gennem en interaktiv kommunikationsmulighed. Den del af webstedet, som benyttes af brugerne som en interaktiv kommunikationsmulighed, skal anses for en accessorisk del af webstedet, som ikke er omfattet af begrebet kommunikationsplatform.

Til nr. 4

Kapitlets overskrift er salg og markedsføring af lattergas til forbrugere.

Det foreslås, at kapitlets *overskrift* fremover skal være ”Markedsføring af lattergas til forbrugere”.

Ændringen i overskriften foreslås som følge af, at det primære forbud i lovens § 3 omformuleres, så salg udgår.

Til nr. 5

Det fremgår af § 3, stk. 1, i lov om salg og markedsføring af lattergas til forbrugere, at det er forbudt at sælge mere end 17 gram lattergas til hver enkelt forbruger pr. dag.

Mængdebegrænsningen blev indført den 10. juni 2020 og har til formål at dæmme op for de situationer, hvor lattergas bliver solgt i mængder, der overstiger de forventelige legitime formål. Mængdebegrænsningen svarer

UDKAST

til, at der lovligt kan sælges højst 2 små lattergaspatroner med 7-8,5 gram i hver. Det er uden betydning, om de i alt tilladte 17 gram lattergas sælges i en eller flere beholdere. Lattergas findes på markedet i andre beholdere, som indeholder mere eller mindre lattergas end små lattergaspatroner. Fælles er dog, at det er tilladt, at sælge op til 17 gram, mens det er ulovligt at sælge over mængdebegrænsningen.

Mængdebegrænsningen er fastsat på baggrund af en afvejning af, at forbrug til beruselse af blot en enkelt lattergaspatron efter Sundhedsstyrelsens vurdering er sundhedsskadelig, men at det ligeledes skal være muligt for forbrugere at købe lattergas til legitime formål, herunder som drivmiddel i sifoner til at lave skum af f.eks. fløde.

Det foreslås i § 3, *stk. 1*, at det forbydes at markedsføre mere end 17 gram lattergas pr. dag til en forbruger eller en person, der fremstår som en forbruger, jf. dog *stk. 2 og 3*.

Ændringen af bestemmelsens ordlyd foretages primært for at præcisere at forbuddet også gælder over for personer, der fremstår som forbrugere. Denne præcisering forventes primært at være relevant for personer, som arbejder for kontrolmyndigheden for at kontrollere, at reglerne bliver overholdt.

Ændringen foretages også for at fremrykke fuldbyrdelsen af den ulovlige gerning, så denne sker allerede ved markedsføringen af mere end 17 gram lattergas til forbrugere eller personer, der fremstår som forbrugere. Den ulovlige gerning er derfor ikke længere er betinget af, at et egentlig salg til en forbruger har fundet sted. Det betyder at myndigheden ikke længere kan anspore til en forbrydelse, da overtrædelse af forbuddet sker i det øjeblik, hvor f.eks. en webshop lægger lattergas op på shoppen og dermed markedsfører til forbrugerne.

Ved "markedsføre" forstås alle handlinger, der gør lattergas tilgængeligt på markedet, herunder ved at sætte til salg eller stille lattergas til rådighed for forbrugeren mod eller uden betaling. Opbevares lattergas "under disken", i lagerlokalet, eller i bagagerummet på en bil, så det kun sælges ved direkte forespørgsel fra en kunde, omfattes dette som en tilgængeliggørelse, som omfattes af begrebet "markedsføre". De situationer, hvor lattergas markedsføres via internettet, på sociale medier eller via andre digitale kanaler, er ligeledes omfattet.

UDKAST

Det bemærkes, at markedsføringsbegrebet ikke handler om annoncering eller reklamer. Betydningen af ordet skal forstås i tråd med lovgivningen om eksempelvis tobak og elektroniske cigaretter i betydningen at bringe et produkt på markedet, sætte det til salg eller på anden måde gøre det tilgængeligt for forbrugerne.

Det understreges, at Sikkerhedsstyrelsens kontrol under brug af skjult identitet aldrig må anspore til ulovlige handlinger (provokationsforbuddet). Dette er særligt aktuelt i de situationer, hvor lattergas opbevares ”under disken”, i lagerlokalet, eller i bagagerummet på en bil, så det kun sælges ved direkte forespørgsel fra en kunde. I disse situationer må der søges bevis for markedsføringen ved eksempelvis klip fra videoovervågning, vidneudsagn fra kunder eller den tilsynsførendes observationer.

Forbuddet mod at markedsføre mere end 17 gram lattergas til hver enkelt forbruger pr. dag gælder for erhvervsdrivende såvel som forbrugere, som markedsfører lattergas til andre forbrugere.

Der henvises i øvrigt til pkt. 3.1 i lovforslagets almindelige bemærkninger.

Det fremgår af § 3, stk. 2, i lov om salg og markedsføring af lattergas til forbrugere, at lattergas ikke må sælges eller markedsføres i Danmark til forbrugere under 18 år.

Bestemmelsen forbyder salg og markedsføring af lattergaspatroner til forbrugere under 18 år. Bestemmelsen tjener som en beskyttelse mod risikoen for et potentielt misbrug, som nogle unge under 18 år kan udvikle ved anvendelse af lattergas til beruselsesformål.

Det foreslås i *stk.* 2, at lattergas ikke må markedsføres i Danmark til forbrugere, eller personer som fremstår som forbrugere, under 18 år.

Den sproglige formulering i bestemmelsen tilpasses dermed ændringen af § 3, stk. 1. Bestemmelsen indebærer fortsat, at enhver tilgængeliggørelse af lattergas til forbrugere under 18 år er ulovlig.

Forhandleren er ansvarlig for at sikre, at en forbruger, som køber lattergas, er over 18 år. Forhandleren kan kræve fremvisning af gyldig billedlegitimation, hvis forhandler er i tvivl om, at forbrugeren er fyldt 18 år.

UDKAST

Forbuddet mod at markedsføre lattergas over for forbrugere under 18 år gælder alle typer forhandlere, uanset om de er erhvervsdrivende eller forbrugere, som markedsfører lattergas til andre forbrugere.

Der findes i dag ikke et egentlig forbud mod salg og markedsføring af lattergas til beruselsesformål.

Det foreslås i *stk. 3*, at lattergas ikke må markedsføres til beruselsesformål uanset mængde. Med bestemmelsen forbydes enhver tilgængeliggørelse af lattergas til beruselsesformål. Forbuddet indføres for at beskytte forbrugerne, idet lattergas er sundhedsskadeligt at indtage selv i små mængder. Der sendes samtidig et klart signal til brugerne om, at anvendelse af lattergas til beruselse selv i små mængder er sundhedsskadeligt og ikke accepteres af samfundet.

Lattergas fra patroner bliver typisk misbrugt ved, at det inhaleres fra gaspatronerne via en flødeskumssifon eller fra en ballon, som fyldes med gassen fra patronerne. En indikator for at lattergassen sælges til beruselsesformål kan være de omstændigheder, lattergassen markedsføres under. Sælges der f.eks. balloner og crackers fra samme udsalgssted, vil dette klart indikere, at lattergassen sælges til beruselsesformål.

En anden indikator kan være, hvilken type udsalgssted lattergassen sælges fra. Markedsføring på diskoteker, festivaler, ungdomsklubber eller lignende steder, hvor lattergas ikke umiddelbart har et legitimt formål, vil ligeledes indikere, at salget sker med beruselse for øje, lige som markedsføring fra en bil, der indeholder et større lager af patroner, også indikerer, at formålet er beruselse.

Markedsføring fra bagagerummet eller ud af sideruden på en bil, via profiler på sociale medier eller lignende, hvor sælgeren enten kun forhandler lattergas eller lattergas sammen med andre rusmidler, vil ligeledes indikere, at salget sker til beruselsesformål.

Måden, markedsføringen af lattergassen sker på, kan ligeledes indikere, at det sker til beruselsesformål. For eksempel vil mere eller mindre skjulte henvisninger til anvendelse af lattergas til beruselse i en annonce eller anden reklame kunne indikere, at forhandleren henvender sig særligt til forbrugere, som ønsker at anvende lattergas til beruselsesformål.

UDKAST

Forbuddet mod at markedsføre lattergas til beruselsesformål gælder uanset, om der er tale om erhvervsdrivende eller forbrugere, som markedsfører lattergassen.

Der henvises i øvrigt til pkt. 3.3 i lovforslagets almindelige bemærkninger.

Til nr. 6

Den gældende lov om salg og markedsføring af lattergas til forbrugere indeholder ingen regler om besiddelse af lattergas.

Det foreslås i § 4 a, at lattergas ikke må besiddes på offentligt tilgængelige steder, uddannelsessteder, ungdomsklubber, fritidsordninger og lign., medmindre det sker som led i erhvervsudøvelse eller har et andet anerkendelsesværdigt formål.

Bestemmelsen skal fortolkes i overensstemmelse med den tilsvarende bestemmelse i knivlovens § 1 og ordensbekendtgørelsens § 2. Bestemmelsen omfatter således også besiddelse af lattergas i nattelivet, på festivaler og på markedspladser. Forbuddet skal ses i lyset af, at beruselse ved brug af lattergas kan være særdeles farligt, når dette kombineres med andre rusmidler eller alkohol. Forslaget skal medvirke til at holde lattergas væk fra lokaliteter, hvor særligt mange unge færdes, for på den måde at begrænse muligheden for at de bliver introduceret til lattergas som rusmiddel.

Med anerkendelsesværdigt formål menes formål, hvor lattergas anvendes på legitim vis f.eks. som drivmiddel i en sifon, der kan lave skum. Det er dog ikke afgørende hvilket redskab, der anvendes, men om måden hvorpå lattergassen anvendes.

Der henvises i øvrigt til pkt. 3.3 i lovforslagets almindelige bemærkninger.

Til nr. 7

Den gældende lov om salg og markedsføring af lattergas til forbrugere indeholder i § 5 et forbud mod at sælge lattergas til forbrugere fra udsalgssteder, hvor der sælges alkohol eller produkter relateret til tobak eller elektroniske cigaretter.

Det foreslås i § 5, at det er forbudt at markedsføre lattergas til forbrugere fra udsalgssteder, hvor der markedsføres alkohol, crackers, tobaksvarer, tobakssurrogater, urtebaserede rygeprodukter eller elektroniske cigaretter og genopfyldningsbeholdere med og uden nikotin

UDKAST

Den foreslåede ændring indebærer, at markedsføring erstatter salg. Ændringen foreslås som følge af, at det primære forbud i lovens § 3 omformuleres, således at salg udgår og erstattes af markedsføring, hvorved fuldbyrdelsesmomentet fremrykkes.

Det foreslås endvidere med § 5, at crackers indsættes i bestemmelsen, så det bliver forbudt at markedsføre lattergas til forbrugere fra udsalgssteder, hvor der sælges alkohol, crackers, tobaksvarer, tobakssurrogater, urtebaserede rygeprodukter eller elektroniske cigaretter og genopfyldningsbeholdere med og uden nikotin.

Formålet med bestemmelsen er at sikre, at lattergas anvendes til legitime formål. Lattergas er ikke beregnet til direkte menneskelig indtagelse, men alene som et fødevarer-tilsætningsstof og Sundhedsstyrelsen advarer om, at der er en forøget risiko for iltmangel og i værste fald kvælning, hvis lattergas indtages samtidig med f.eks. alkohol, da alkohol påvirker hjernens evne til at reagere på iltmangel.

Det foreslås derfor, at lattergas ikke må sælges på steder, hvor der sælges rusmidler som alkohol i form af f.eks. øl, vin eller spiritus, eller hvor der sælges crackers, som kan anvendes til at ”åbne” lattergaspatronen, så gassen kan udtømmes i f.eks. en ballon og herefter indtages. Lattergas må heller ikke sælges samme sted som tobaksvarer (produkter, som helt eller delvist består af tobak, uanset om den er generisk modificeret samt varer, der fortrinsvist benyttes i forbindelse med tobaksrygning), tobakssurrogater (produkter med indhold af nikotin, der ikke er tobaksvarer, jf. § 2, nr. 2, i lov om tobaksvarer m.v. Ligesom der er forbud mod at markedsføre lattergas samme sted som elektroniske cigaretter, jf. § 2, nr. 1, i lov om elektroniske cigaretter m.v., og som ikke er godkendt ved en markedsføringstilladelse efter lov om lægemidler eller EU-retlige regler om fastlæggelse af fællesskabsprocedurer for godkendelse af humanmedicinske lægemidler, samt udstyr, der er beregnet til at anvende sammen med disse produkter). Ydermere er det heller ikke tilladt at markedsføre lattergas samme sted som urtebaserede rygeprodukter (produkter baseret på planter, urter eller frugter, som ikke indeholder tobak, og som kan forbruges via en forbrændingsproces).

I forlængelse heraf foreslås det, at lattergas heller ikke må markedsføres, hvor der sælges elektroniske cigaretter (et produkt, der kan anvendes til forbrug af nikotinholdig eller ikke-nikotinholdig damp gennem et mundstykke, eller dele af et sådant produkt, herunder en patron, en genopfyldelig tank og en anordning uden patron eller genopfyldelig tank. Elektroniske cigaretter

UDKAST

kan være til engangsforbrug eller genopfyldelige ved hjælp af en genopfyldningsbeholder og en genopfyldelig tank eller genlades med engangspatroner).

Salg af lattergas på steder, hvor ovennævnte produkter markedsføres, kan give forbrugere et uhensigtsmæssigt indtryk af, at lattergas kan anvendes til beruselsesformål. Forslaget indebærer på den baggrund, at lattergas alene må sælges på steder, hvor lattergassen kan indgå som en naturlig del af produktporteføljen, hvilket eksempelvis er isenkrambutikker eller specialforretninger, som primært sælger lattergas.

Markedsføring af lattergas i strid med den foreslåede § 5 sanktioneres efter lovforslagets § 12, stk. 1, nr. 1.

Til nr. 8

Den gældende lov om salg og markedsføring af lattergas til forbrugere indeholder ikke krav til forhandleren af lattergas om at kontrollere, at køber handler på vegne af en virksomhed, når der sælges lattergas i mængder, som overstiger mængdebegrænsningen. Da det imidlertid er forbudt at sælge mere end 17 gram til forbrugere, stilles der dermed et indirekte krav til forhandleren.

Det foreslås i § 5 a, at der gives forhandleren en klar forpligtelse til at kontrollere, at denne ikke handler med en forbruger. Det foreslås derfor i *stk. 1*, at ved handel med lattergas over mængdebegrænsningen i § 3, stk. 1, skal forhandleren forud for betalingstransaktionen kontrollere, at køberen er en erhvervsdrivende med gyldigt CVR-nummer.

Formålet med bestemmelsen er at sikre, at der ved handel med lattergas over mængdebegrænsningen pålægges forhandlere et ansvar for at kontrollere, om den danske køber reelt er erhvervsdrivende. Derved afskæres forbrugere muligheden for at omgå mængdebegrænsningen, ved f.eks. at foretage køb over de tilladte 17 gram pr. dag under anvendelse af falske oplysninger, herunder brug af fiktive CVR-numre.

Der indføres derfor et krav til forhandleren af lattergas om, at denne, forud for at salget gennemføres, skal kontrollere CVR-nummeret på deres kunde.

Kontrollen omfatter ikke, at sælgeren får pligt til at kontrollere, om køberen har et anerkendelsesværdigt formål med købet inden for rammerne af sit

UDKAST

erhverv. Kontrollen går alene på, om det CVR-nummer, som køber oplyser, er gyldigt eller ej.

At sælgere forud for betalingstransaktionen skal kontrollere, at der handles med en erhvervsdrivende med gyldigt CVR-nummer, betyder, at når der handles i en fysisk butik, kan denne kontrol bl.a. foretages ved at konstatere, om købet foretages på et kreditkort udstedt til en erhvervsdrivende eller efter rekvisition fra en erhvervsdrivende.

Ved internethandel kan kontrollen foretages ved, at der indsættes et felt i forbindelse med ordreafgivelsen, hvor køberen skal indtaste sit CVR-nummer. Forhandleren skal derefter foretage et krydstjek af, om det oplyste CVR-nummer er gyldigt. Dette kan f.eks. ske ved opslag via det Centrale Virksomhedsregister.

Transaktionen skal afvises, hvis køber oplyser et CVR-nummer, som ikke er gyldigt.

Det foreslås i *stk. 2*, at forhandleren skal have en relevant procedure for kontrollen i *stk. 1*. Kontrollen skal dokumenteres, og dokumentation for den udførte kontrol skal opbevares i 2 år.

Bestemmelsen skal sikre, at forhandlerne indfører relevante kontrolprocedurer, og at de efterfølgende kan dokumentere, at kontrollen har fundet sted.

Der vil være metodefrihed til, hvordan disse procedurer udformes, så længe forhandleren kan redegøre for relevante procedurer, og at disse er effektive til at sikre, at CVR-kontrollen gennemføres. Proceduren kan eksempelvis bestå af en tjekliste med punkter, som ekspedienten skal udføre i forbindelse med salg af lattergas.

Dokumentation og relevante procedurer hos forhandleren vil efter lovens ikrafttræden indgå i Sikkerhedsstyrelsens markedsovervågning. Forhandleren skal kunne dokumentere over for kontrolmyndigheden, at CVR-kontrollen er gennemført for hvert enkelt salg af lattergas over mængdebegrænsningen. Forhandleren vælger selv formatet af dokumentationen, så længe det kan dokumenteres, at kontrollen er foretaget. Det kan f.eks. være ved hjælp af skærbilleder fra det Centrale Virksomhedsregister eller med en udfyldt tjekliste.

UDKAST

Når forhandleren handler med faste kunder, vil det være tilstrækkeligt, at der foretages periodisk kontrol, som foretages ud fra en konkret vurdering. Som eksempel kan der efter kontrollen ved første salg kontrolleres hver 6 måned eller for hvert 10. salg til samme virksomhed for at sikre, at CVR-nummeret fortsat er gyldigt. Dette dokumenteres og opbevares ligeledes.

Dokumentationen opbevares i 2 år efter hvert salg af lattergas. Knyttes dokumentationen op på en procedure, f.eks. ved henvisning til konkrete punkter i en tjekliste, omfatter opbevaringskravet tillige den procedure, som var gældende på tidspunktet for salget.

Det toårige opbevaringskrav knytter sig til den strafferetlige forældelse for de almindelige overtrædelser af lattergasloven, jf. straffelovens § 93, stk. 1, nr. 1.

Der henvises i øvrigt til pkt. 3.2 i lovforslagets almindelige bemærkninger.

Til nr. 9

Det følger af § 6 i lov om salg og markedsføring af lattergas til forbrugere, at forhandlere af lattergas skal drive et effektivt alderskontrollsystem ved forbrugerrettet internethandel.

Det foreslås i § 6, *stk. 1*, at forhandlere af lattergas skal kontrollere, at forbrugeren er fyldt 18 år, inden salget gennemføres.

Med den foreslåede bestemmelse fastsættes et krav om, at forhandlere af lattergas skal kontrollere alderen på forbrugere eller personer, der fremstår som en forbruger, som ønsker at købe lattergas. Bestemmelsen skal dermed bidrage til at sikre, at forhandleren overholder forbuddet mod at sælge lattergas til forbrugere eller personer, der fremstår som en forbruger, som ikke er fyldt 18 år, jf. den foreslåede § 3, stk. 2.

Alderskontrollen i fysiske butikker sker ved kontrol af køberens billedlegitimation, eksempelvis ved, at forhandleren kræver fremvisning af gyldig legitimation. Det er væsentligt at der er tale om billedlegitimation eller anden form for legitimation, hvor forhandleren kan verificere, at personen, som fremviser legitimationen, er den person, som forsøger at købe lattergas. Derfor vil et sygesikringsbevis ikke i sig selv være tilstrækkelig legitimation. Foregår handlen online er alderskontrollen reguleret i bestemmelsens stk. 2.

UDKAST

Det foreslås i *stk. 2*, at ved forbrugerrettet internethandel skal forhandlere af lattergas drive et alderskontrollsystem, som effektivt sikrer, at forbrugeren er fyldt 18 år.

Alderskontrollsystemet vil derfor skulle benyttes ved handel over internettet. Bestemmelsen indebærer et krav til forhandlerne om at sikre et system, der effektivt verificerer køberens alder. Det er således ikke tilstrækkeligt med f.eks. et pop-up vindue, der anmoder køberen om at bekræfte, at vedkommende er fyldt 18 år, som det ses på nogle hjemmesider i dag. Der skal således ske en verificering af en købers alder således at det sikres, at personer under 18 år ikke kan købe lattergas.

Det foreslåede alderskontrollsystem er udtryk for, at myndighederne skal have de bedste muligheder for at håndhæve aldersgrænsen for salg af lattergas.

Samtidig skal det sikres, at den rette tilgængelige løsning til et alderskontrollsystem kan implementeres hos forhandlere af lattergas. I den henseende er det ikke hensigten, at der vil blive udviklet en central løsning, som sælgere kan benytte til alderskontrol ved salg af lattergas.

Det vil således være den enkelte forhandlers ansvar at have et alderskontrollsystem, der effektivt kan anvendes til at verificere køberens alder i forbindelse med et salg til en forbruger. Som eksempel på et effektivt alderskontrollsystem kan forhandleren ved forbrugerrettet internethandel kræve en form for brugeroprettelse, hvor brugerens alder skal verificeres, før et køb af lattergas kan gennemføres.

Det foreslås i *stk. 3*, at erhvervsministeren kan fastsætte nærmere regler om alderskontrollen nævnt i *stk. 1* og *2*, herunder om de nærmere krav til selve kontrollen, om et alderskontrollsystem, og om forhandleres pligt til at give kontrolmyndigheden oplysninger om systemets indhold og anvendelse

Bestemmelsen kan bl.a. anvendes til at fastsætte krav til, hvordan systemet på sikker vis kan kontrollere, at købere er over 18 år. Bemyndigelsen kan imidlertid alene anvendes til at fastsætte regler i det omfang, der er nødvendigt for at sikre, at lattergas ikke sælges til forbrugere under 18 år.

Det forudsættes, at reglerne, som vil kunne fastsættes i medfør af *stk. 3*, kan blive strafbelagt i medfør af lovforslagets § 12, *stk. 6*. Efter § 12, *stk. 6*, kan det i regler fastsat i medfør af den lov fastsættes, at overtrædelse af reglerne straffes med bøde.

UDKAST

Til nr. 10

Det foreslås i § 7, at formuleringen ”salg og” udgår, hvorefter Erhvervsministeren kan fastsætte nærmere regler om kontrol med markedsføring af lattergas til forbrugere, herunder om udstedelse af forbud og påbud.

Ændringen i § 7 foreslås som følge af, at det primære forbud i lovens § 3 omformuleres, så salg og udgår.

Til nr. 11

I den gældende lov om salg og markedsføring af lattergas til forbrugere findes ingen bestemmelse om refusion af kontrolmyndighedens udlæg i forbindelse med kontrollen.

Det foreslås i § 8, *stk. 3*, at har kontrollen nødvendiggjort en betaling, kan kontrolmyndigheden kræve udgiften refunderet fra forhandleren. Refusionen omfatter såvel omkostningen til lattergassen som fragt heraf.

At kontrollen har nødvendiggjort en betaling vil særligt være aktuelt ved kontroller under brug af skjult identitet, da en sådan kontrol af natur vil betyde, at myndigheden ikke kan anvende betalingskort knyttet til myndigheden. I praksis vil det betyde, at kontrolmyndigheden foretager købet uden at give sig til kende og først i den efterfølgende sagsbehandling afslører, at der er tale om et salg til en person, der fremstår som forbruger. Forhandleren vil herefter blive mødt af et refusionskrav til dækning af myndighedens omkostninger til køb af lattergassen plus eventuel fragt.

Bestemmelsen skal tage højde for webbutikker, onlinemarkedspladser og sociale medier, som udgør en voksende del af den samlede handel med lattergas, og som ikke har et offentligt tilgængeligt salgsløkal, hvor kontrolmyndigheden kan foretage kontrollen. Bestemmelsen vil også blive bragt i anvendelse, når der foretages kontrol af webbutikker, selv om virksomheden også har en fysisk butik, da det oftest ikke er muligt at anvende samme løsning på f.eks. CVR-kontrollen i fysiske og webbaserede butikker.

Bestemmelsen skal finde anvendelse over for både internetbaseret markedsføring og markedsføring ved fysiske salgssteder, og sidestiller således vilkårene for kontrol. Bestemmelsen skal desuden finde anvendelse på såvel etablerede virksomheder og private, som markedsfører lattergas til forbrugere.

UDKAST

Til nr. 12

Der findes i den gældende lattergaslov ikke bestemmelser om kommunikationsplatforme eller onlinegrænseflader.

Det foreslås, at der indsættes en § 10 a, som giver kontrolmyndigheden mulighed for at påbyde en kommunikationsplatform eller onlinegrænseflade at ændre eller fjerne indhold eller blokere brugerprofiler, der anvendes til at anprise eller markedsføre lattergas til forbrugere.

Forslaget skal ses i lyset af, at salg af lattergas til beruselsesformål har flyttet sig markant fra primært at foregå i kiosker og på webshops til nu primært at ske via de sociale medier, hvor forbrugere sælger til andre forbrugere. For i højere grad at kunne sætte ind over for denne type salg skal bestemmelsen sikre, at kommunikationsplatforme og onlinegrænseflader, som ikke ad frivillig vej vil bidrage til at fjerne brugerprofiler, salgsopslag eller andet indhold på deres brugergrænseflader, kan påbydes ændre at fjerne indholdet. Der henvises til de almindelige bemærkninger pkt. 3.4.

Bestemmelsen vil kunne anvendes i situationer, hvor Sikkerhedsstyrelsen finder eller modtager en underretning om salgsopslag eller brugerprofiler m.v., hvorfra der sælges lattergas til beruselsesformål. Bestemmelsen giver mulighed for at påbyde ændring eller fjernelse af alle typer af lattergasrelateret indhold, der måtte findes på kommunikationsplatformen eller onlinegrænsefladen. Terminologien, som den enkelte kommunikationsplatform eller onlinegrænseflade anvender, er således ikke afgørende for anvendelsen af bestemmelsen.

Bestemmelsen kan ikke anvendes til at påbyde kommunikationsplatforme eller onlinegrænseflader at foretage løbende screening af indholdet på den pågældende kommunikationsplatform eller onlinegrænseflade. Bestemmelsen kan udelukkende anvendes i konkrete tilfælde, hvor der er konstateret ulovligt indhold.

Til nr. 13

Der findes ikke bestemmelser om obligatorisk digital kommunikation i den gældende lattergaslov. Den gældende lov afskærer heller ikke klageadgang, da der ikke tidligere er truffet afgørelser på området.

Det foreslås at indsætte to nye kapitler og to nye bestemmelser efter § 11.

UDKAST

Det foreslåede *kapitel 3 a* indeholder forslag til § 11 a, stk. 1, som foreslår at skriftlig kommunikation til Sikkerhedsstyrelsen skal foregå digitalt. Bestemmelsen indfører obligatorisk digital kommunikation ved al skriftlig kommunikation med Sikkerhedsstyrelsen.

Det foreslås i § 11 a, stk. 2, at Sikkerhedsstyrelsen kan dispensere fra kravet i stk. 1, når særlige hensyn taler herfor. Dispensation kan være aktuel i situationer, hvor parten er undtaget fra digital post eller på grund af andre omstændigheder ikke kan anvende digital kommunikation.

Lattergasloven indeholder ikke regler om klage, da den heller ikke indeholder afgørelshjemler.

Det foreslås at indsætte § 11 b, hvorefter kontrolmyndighedens afgørelser truffet efter lattergasloven eller regler fastsat i medfør heraf ikke kan indbringes for anden administrativ myndighed, jf. dog stk. 2.

Bestemmelsen afskærer den administrative klageadgang fra kontrolmyndigheden til Erhvervsministeriets departement og andre administrative myndigheder. Behovet for en administrativ prøvelse vurderes at være yderst begrænset, idet der som udgangspunkt alene er tale forvaltningsretlige afgørelser, hvor der er konstateret overtrædelser i relation til f.eks. mængde- eller aldersbegrænsningerne ved salg af lattergas, og hvor der ikke udstedes hverken forbud eller påbud. Den gældende lattergaslov indeholder dog en bemyndigelsesbestemmelse i § 7 til bl.a. at fastsætte nærmere regler om påbud i relation til kontrol på området. Da det ikke på nuværende tidspunkt har vist sig at være relevant at anvende bemyndigelsesbestemmelser til at fastsætte nærmere regler om muligheden for at udstede påbud administrativt, er det således udelukkende den foreslåede bestemmelse i lovforslagets § 10 a, der fremover kan anvendes til at udstede påbud.

Afgørelser om påbud efter den foreslåede bestemmelse i lovforslagets § 10 a kan træffes over for kommunikationsplatforme og onlinegrænseflader. Der vil derfor være tale om en tredjepart, som alene formidler det ulovlige salg ved at stille en platform eller onlinegrænseflade til rådighed. På nuværende tidspunkt løses sagerne, hvor der konstateres ulovligt salg af lattergas eller formidling af kontakt mellem køber og sælger, som udgangspunkt gennem et samarbejde mellem kontrolmyndigheden og en tredjepart i form af en kommunikationsplatform eller onlinegrænseflade. Det er samtidig forventningen, at der kun vil blive udstede påbud i få meget sager hvert år.

UDKAST

Endelig vil afgørelserne kunne indbringes for domstolene efter de civile retlige regler herom.

Afskæringen af den administrative klageadgang findes på baggrund af ovenstående og ud fra en samlet vurdering at være i overensstemmelse med almindelige forvaltningsretlige principper, og vurderes ikke at have retssikkerhedsmæssige konsekvenser.

Bestemmelsen medfører ikke en ændring af kontrolmyndighedens forpligtelser efter officialprincippet. Kontrolmyndigheden er uanset afskæringen af den administrative klageadgang forpligtet til at genoptage en sag, hvis parten efter afgørelsen fremkommer med nye relevante oplysninger til sagen og ønsker genoptagelse, eller hvis myndigheden ikke har oplyst sagen tilstrækkeligt inden afgørelsen. Bestemmelsen skal ses i sammenhæng med lovforslagets § 1, nr. 12.

Det foreslås i *stk. 2*, at Erhvervsministeren kan fastsætte regler om klageadgang vedrørende afgørelser, der er truffet på baggrund af regler udstedt i medfør af § 11, stk. 1 og 2.

Med bestemmelsen vil der således kunne fastsættes en særlig klageadgang, der afviger fra *stk. 1* om, at kontrolmyndighedens afgørelser, truffet efter denne lov eller regler fastsat i medfør heraf, ikke kan indbringes for anden administrativ myndighed.

Bestemmelsen indebærer, at det vil være muligt for erhvervsministeren at fastsætte en særlig klageadgang for forbrugere, hvis produkter tilbageholdes af told- og skatteforvaltningen, og kontrolmyndigheden efterfølgende træffer afgørelse om, at produkterne ikke må frigives til forbrugeren.

Udmøntningen af bemyndigelsen afhænger af, hvilke nærmere regler, der fastsættes efter lattergaslovens § 11, stk. 1 og 2, og ikke mindst hvornår de pågældende regler fastsættes. Dette vil som anført ovenfor være betinget af, at der tilføres finansiering til told- og skatteforvaltningens bistand til kontrolmyndigheden.

Til nr. 14

I § 12 i den gældende lattergaslov findes hjemmel til at straffe visse overtrædelser af loven med bøde.

UDKAST

Det foreslås i § 12, stk. 1, at medmindre strengere straf er forskyldt efter anden lovgivning, straffes med bøde den, der overtræder nr. 1-6.

Straffen for overtrædelse af lovens bestemmelser er i udgangspunktet bøde, medmindre der foreligger skærpende omstændigheder, jf. § 12, stk. 2, eller højere straf er forskyldt efter anden lovgivning, eksempelvis straffelovens § 252, stk. 1, om forsætlig fareforvoldelse, hvor strafferammen er op til 8 års fængsel. Straffelovens § 252, stk. 1, kan f.eks. anvendes i sammenstød med lattergaslovens bestemmelser i de situationer, hvor gerningsmanden har ført et køretøj på en særlig hensynsløs måde under påvirkning af lattergas og samtidig er i besiddelse af lattergas.

Det foreslås i § 12, nr. 1, at den, der markedsfører eller indfører lattergas i strid med §§ 3-5, kan straffes med bøde. Bestemmelsen medfører, at det fortsat skal være strafbart at markedsføre mere end 17 gram lattergas til hver enkelt forbruger pr. dag. Det gøres med lovforslaget endvidere strafbart at markedsføre mere end 17 gram lattergas til personer, der fremstår som forbrugere. Dette skal sikre, at sager, hvor kontrolmyndigheden handler under brug af skjult identitet, kan strafforfølges. Der henvises til bemærkningerne til § 1, nr. 5.

Overtrædelse af den foreslåede § 3, stk. 1, kan ske i fire forskellige situationer. For det første i de situationer hvor en erhvervsdrivende markedsfører lattergas ud over mængdebegrænsningen til en forbruger. Det bemærkes, at det ikke er et krav, at et egentligt salg er gennemført, før den ulovlige handling er fuldbyrdet. Der henvises til lovforslagets bemærkninger til § 1, nr. 5, om det fremrykkede fuldbyrdelsesmoment.

Den anden situation, som kan udgøre en overtrædelse af den foreslåede § 3, stk. 1, er, hvor en forbruger markedsfører lattergas over mængdebegrænsningen til andre forbrugere. Dette kan f.eks. ske via profiler på sociale medier, via bagagerumssalg eller salg i nattelivet. Det er ikke et krav, at markedsføringen sker som led i en økonomisk transaktion mellem køber og sælger. Gerningen vil også være fuldbyrdet, hvis en forbruger vederlagsfrit stiller lattergas til rådighed for en gruppe af venner i forbindelse med en fest eller lignende. Oftest vil denne type overtrædelse ske samtidig med, at den foreslåede § 3, stk. 3, også overtrædes.

Den tredje og fjerde situation, der kan udgøre en overtrædelse af den foreslåede bestemmelse i § 3, stk. 1, er, hvor markedsføringen sker, som ovenfor beskrevet, men hvor køber ikke er en forbruger men en person, der fremstår

UDKAST

som en forbruger. Situationen vil f.eks. opstå, når kontrolmyndigheden som led i markedsovervågningen udgiver sig for at være forbruger ved at føre kontrol ved brug af skjult identitet, jf. § 10, stk. 2.

Herudover videreføres det at det er strafbart at markedsføre lattergas til en forbruger under 18 år uanset mængde. På samme måde kriminaliseres det at markedsføre lattergas til en person, der fremstår som en forbruger under 18 år uanset mængde.

Forbuddet mod at markedsføre lattergas over mængdebegrænsningen til forbrugere eller personer, som fremstår som forbrugere, under 18 år, samt forbuddet markedsføring til beruselsesformål gælder for både erhvervsdrivende og forbrugere. Det er ikke et krav, at markedsføringen er sket som led i en økonomisk transaktion, idet også vederlagsfri tilgængeliggørelse af lattergas til personer under 18 år, eller til beruselsesformål, vil være omfattet af bestemmelserne.

Det gøres ligeledes strafbart at overtræde den gældende bestemmelse i § 4, hvorefter det er strafbart for forbrugere at indføre mere end 17 gram lattergas til Danmark pr. dag, mens det videreføres uændret, at det er strafbart for forbrugere under 18 år at indføre lattergas uanset mængde til Danmark.

Endelig foreslås det at videreføre den gældende § 5, hvorefter det er strafbart at markedsføre lattergas fra udsalgssteder, hvor der sælges alkohol, tobaksvarer, tobakssurrogater, urtebaserede rygeprodukter eller elektroniske cigaretter og genopfyldningsbeholdere med og uden nikotin. Som konsekvens af ændringen i § 1, nr. 7, gøres det ligeledes strafbart at markedsføre lattergas sammen med crackers.

Overtrædelse af § 4, stk. 1, kan ske enten ved, at lattergassen indføres ved den fysiske landegrænse, via lufthavne, eller ved at erhververen får lattergassen tilsendt som pakke ind i Danmark. Uanset omstændighederne er det den, der indfører lattergassen, og ikke sælgeren, som er strafssubjektet for overtrædelse af denne bestemmelse. Overtrædelse af stk. 2, kan ske under samme omstændigheder som stk. 1, men hvis erhververen er under 18 år, foreligger der et forbud, som svarer til markedsføringsforbuddet i den foreslåede § 3, stk. 2.

Overtrædelse af den foreslåede § 5, vil være fuldbyrdet allerede i det øjeblik, hvor lattergassen markedsføres fra samme sted, hvor der forhandles alkohol, crackers, tobaksvarer, tobakssurrogater, urtebaserede rygeprodukter eller

UDKAST

elektroniske cigaretter og genopfyldningsbeholdere med og uden nikotin. Det er således ikke et krav, at et egentlig salg af lattergassen og f.eks. alkoholen har fundet sted til samme kunde. Fuldbyrnelsen af overtrædelsen er sket allerede ved markedsføringen fra samme udsalgssted, uanset om produkterne reelt har været solgt til en kunde eller ej. Dette betyder også, at forhandleren ikke kan omgå reglen ved at indføre systemer, som sikrer, at samme kunde ikke kan købe lattergas og f.eks. alkohol samtidigt.

Overtrædelse af bestemmelsen vil som oftest føre til, at også den foreslåede § 3, stk. 3, om markedsføring til beruselsesformål overtrædes. Har overtrædelse af begge bestemmelser fundet sted straffes i sammenstød.

Det foreslås i *nr. 2*, at besiddelse af lattergas på de i § 4 a nævnte lokationer gøres strafbart, hvis besiddelsen ikke sker som led i erhvervsudøvelse.

Overtrædelse af § 4 a vil f.eks. være fuldbyrdet i de situationer, hvor forbrugere besidder lattergas på uddannelsessteder (gymnasier, folkeskoler, videregående uddannelser, erhvervsskoler eller praktikpladser m.v.), ungdomsklubber (både private og offentlige), fritidsordninger, lignende steder eller på alle offentligt tilgængelige steder, herunder også i nattelivet (på barer, diskoteker, klubber eller lignende), på festivalpladser, til koncerter, markedspladser m.v. Forbuddet vil også være overtrådt, hvis f.eks. markedsboder eller lignende på de overnævnte steder besidder lattergas med henblik på markedsføring, undtagen hvor lattergassen besiddes som led i erhvervsudøvelsen eller til en andet anerkendelsesværdigt formål, f.eks. hvis en bar benytter skum til fremstilling af drinks og derfor har en sifon med tilhørende lattergaspatroner liggende.

Det foreslås i *nr. 3*, at det gøres strafbart ikke at leve op til kravene til kontrol i §§ 5 a eller 6, stk. 2.

Overtrædelse af den foreslåede § 5 a, stk. 1, fuldbyrdes hvis en forhandler af lattergas, forhandler lattergas ud over mængdebegrænsningen på 17 gram, og ikke forud for betalingstransaktionen foretager det lovpligtige CVR-kontrol med henblik på at sikre sig, at køberen reelt er en anden erhvervsdrivende. Overtrædelse af den foreslåede § 5 a, stk. 2, sker, hvis forhandleren ikke har lavet de relevante procedurer, som skal sikre at kontrollen udføres – også af forhandlerens ansatte. Der ifaldes ligeledes strafansvar, hvis kontrollen ikke er udført eller forhandleren forsømmer at opbevare dokumentationen for den udførte kontrol.

UDKAST

Med bestemmelsen bliver det strafbart for forhandleren af lattergas ved internethandel ikke at have et effektivt alderskontrollsystem. Det vil sige, at forhandleren kan ifalde straf ved ikke at have et alderskontrollsystem og ved at et alderskontrollsystem ikke er effektivt.

Det foreslås i *nr. 4*, at den der ikke kontrollerer, at forbrugeren er fyldt 18 år, jf. § 6, stk. 1, kan straffes.

Dette medfører at en forhandler af lattergas, som ikke kontrollerer forbrugers gyldige billedlegitimation eller på anden måde sikrer sig, at forbrugeren er fyldt 18 år, kan straffes. Der henvises til bemærkningerne til lovforslagets § 1, nr. 9.

Det foreslås i *nr. 5*, at den, der undlader at give kontrolmyndigheden oplysninger, som kontrolmyndigheden efter § 9 kan kræve udleveret eller afgiver urigtige oplysninger i forbindelse med sagsbehandlingen, kan straffes med bøde.

Dermed videreføres den gældende bestemmelse i § 12, nr. 2, hvorefter det er strafbart at undlade at give kontrolmyndigheden de oplysninger, som kontrolmyndigheden har skønnet nødvendige for kontrolmyndighedens virksomhed. Herudover er det også strafbart, hvis den pågældende afgiver urigtige oplysninger i forbindelse med den sagsbehandling, som kontrolmyndigheden foretager.

Når kontrolmyndigheden anmoder om oplysninger i henhold til lovens § 9, er oplysningerne af betydning for, at myndigheden kan udøve sine kontrolaktiviteter. Modtager kontrolmyndigheden ikke de krævede oplysninger, kan det hindre myndigheden i at udøve effektiv kontrol. Det er derfor nødvendigt, at tilsidesættelse af oplysningspligten kan straffes med bøde. Ligeledes er det væsentligt at kunne straffe for afgivelse af urigtige oplysninger.

Oplysninger som afgives mundtligt, f.eks. under kontrolbesøg eller telefonisk, er ligeledes omfattet af bestemmelsen. Det betyder, at bestemmelsen går videre, end hvad der er indeholdt i straffelovens § 163 om afgivelse af urigtige skriftlige oplysninger til det offentlige. Derudover gælder det, at den foreslåede bestemmelse i § 12, nr. 4 om forbud mod afgivelse af urigtige oplysninger, i modsætning til straffelovens § 163, fuldbyrdes allerede ved uagtsomhed.

Hvis der opstår en konkret mistanke om, at den fra hvem myndighederne kræver oplysningerne, har begået en lovovertrædelse, der kan medføre straf, kan tilsynsmyndigheden ikke længere kræve oplysningerne udleveret, jf. retssikkerhedslovens § 10. Sagen må i stedet overgives til politiet til nærmere efterforskning under retsplejelovens regler.

UDKAST

Det foreslås i *nr. 6*, at videreføre, at det er strafbart at undlade at give kontrolmyndigheden adgang til erhvervsmæssige lokaliteter eller transportmidler i strid med § 10, stk. 1.

Det er således strafbart at undlade at give kontrolmyndigheden adgang til alle erhvervsmæssige lokaliteter og transportmidler, hvor der kan findes lattergas, som er omfattet af lattergaslovs anvendelsesområde.

Strafbestemmelsen finder anvendelse uanset, at kontrolmyndigheden efterfølgende rekvirerer politiets bistand, jf. § 10, stk. 5, og på den måde skaffer sig adgang. I situationer, hvor der er konkret mistanke om at der er begået en strafbar handling, kan denne straffebestemmelse dog ikke bringes i anvendelse, jf. §§ 9 og 10 i retssikkerhedsloven.

Det foreslås i *nr. 7*, at det gøres strafbart at overtræde eller undlade at efterkomme et påbud fra kontrolmyndigheden meddelt i henhold til § 10 a.

Der vil typisk være tale om påbud om fjernelse eller ændring af dele af indholdet på de pågældende kommunikationsplatforme eller onlinegrænseflader, eller om blokering af brugere som benytter platformene eller grænsefladerne.

Straffen for ikke at efterkomme kontrolmyndighedens påbud skal være med til at sikre en høj efterlevelse på de afgørelser som kontrolmyndigheden udsteder til de aktører, som ikke selv markedsfører lattergas, men som via deres øvrige virke som kommunikationsplatforme eller onlinegrænseflade, stiller onlineplads til rådighed for brugerne. På den måde skal muligheden for at pålægge straf være med til at sikre, at kontrollen med markedsføring af lattergas via kommunikationsplatforme eller onlinegrænseflader, også får den ønskede effekt.

Der henvises til bemærkningerne til lovforslagets § 1, nr. 12.

Til nr. 15

Det foreslås at ændre i § 12, stk. 2, 1. pkt., så det præciseres at alene nr. 1-3, skal kunne medføre fængselsstraf.

Bestemmelsen tilpasses, så ikke alle numre i § 12 stk. 1, skal kunne medføre fængselsstraf, men alene de groveste overtrædelser.

Til nr. 16

UDKAST

Det foreslås at ændre ”den erhvervsdrivende” i § 12, stk. 2, nr. 5, til ”den, der markedsfører lattergas,”.

Ændringen skal ses i lyset af, at en del af den handel der i dag foregår med lattergas til beruselsesformål, sker fra en forbruger til en anden forbruger. Det vurderes derfor hensigtsmæssigt at omformulere bestemmelsen, så det ikke kun er erhvervsdrivende, der kan omfattes af strafforhøjelsen under skærpede omstændigheder.

Til nr. 17

Det foreslås, at § 13, stk. 2, ophæves.

Erhvervsministerens bemyndigelse til at sætte § 6, stk. 1, i kraft overflødiggøres, da dette lovforslag sætter bestemmelsen i kraft.

Til § 2

Til nr. 1

Der findes i lovgivningen i dag ikke regler om, at reklamebilleder skal være mærkede, såfremt der er anvendt digital retouchering eller der på anden vis er foretaget kropsændringer på de afbildede personer. Retoucherede reklamebilleder kan dog efter omstændighederne være i strid med markedsføringslovens krav om god skik, jf. lovens § 3, og lovens forbud mod vildledning, jf. lovens §§ 5 og 6.

Det foreslås at indsætte § 11 c i markedsføringsloven.

Det foreslåede *stk. 1* indebærer, at en erhvervsdrivende, der i sin handelspraksis anvender retoucherede reklamebilleder, hvor fremstillingen af kroppens facon, størrelse eller hud er ændret i forhold til det naturlige udgangspunkt, skal mærke billederne. Bestemmelsen er ny og har til formål at skabe gennemsigtighed i forbindelse med retoucherede reklamebilleder og dermed modvirke den eventuelle negative påvirkning, som især børn og unge kan udsættes for gennem reklamer med urealistiske kropsfremstillinger. Mærkningspligten er imidlertid ikke begrænset til reklamer rettet mod børn og unge, men gælder reklamer generelt.

Mærkningspligten omfatter både reklamebilleder og reklamefilm, uanset hvor og på hvilket medie reklamen optræder. Mærkningspligten vil således også gælde for influencere, såfremt de modtager direkte eller indirekte betaling for at reklamere for et produkt, og i den forbindelse lægger et retoucheret/manipuleret billede op af sig selv eller andre.

Pligten til mærkning indtræder, hvis fremstillingen af kroppens facon, størrelse eller hud er ændret ved retouchering eller anden manipulering. Det kan f.eks. også være ved anvendelse af apps eller filtre, som ændrer kroppen fremtoning. Med ”krop” forstås også hoved og ansigt. Fjernelse af eksempelvis røde øjne og ændring af øjen- eller hårfarve falder uden for mærkningskravet. Som eksempler på retouchering kan nævnes billeder, hvor muskler er gjort større, taljen er gjort smallere, halsen eller ben er gjort længere, ansigtet eller næsen er gjort smallere eller bredere, og øjne eller læber, der er gjort større eller mindre. Også hudændringer er omfattet af mærkningskravet. Det kan f.eks. være strækmærker, akne, cellulitis eller ar, der er fjernet.

Det vil være Forbrugerombudsmanden, der foretager vurderingen af, om et reklamebillede eller en reklamefilm er retoucheret og omfattet af kravet om mærkning. Til brug for vurderingen vil Forbrugerombudsmanden kunne kræve at få indsendt originalbilledet eller filmen, der har været anvendt i reklamen, til sammenligning. Det vil evt. kunne være nødvendigt at indhente sagkyndig bistand eller anvende et dataprogram til brug for vurderingen. Hvis der alene er tale om mindre ændringer i et reklamebillede- eller film, må det antages, at Forbrugerombudsmanden ikke vil prioritere at tage sådanne sager op til behandling, jf. Forbrugerombudsmandens prioriteringsadgang. Grænsedragningen vil blive fastlagt ved Forbrugerombudsmandens praksis og i sidste instans ved domstolene.

Mærkningen vil skulle ske ved anvendelse af et fælles statsligt mærke, der let kan hentes af de erhvervsdrivende og anvendes på alle relevante kanaler og formater.

Det foreslåede *stk. 2* indeholder hjemmel til, at erhvervsministeren kan fastsætte nærmere regler om, hvordan reklamebilleder skal mærkes, så det sikres, at forbrugerne let kan genkende mærket, og at mærkningen bliver tydelig. Bestemmelsen giver også erhvervsministeren mulighed for at undtage visse former for retoucheringer fra mærkningspligten.

Der henvises i øvrigt til pkt. 3.6. i lovforslagets almindelige bemærkninger.

Til nr. 2

Det følger af den gældende bestemmelse i markedsføringslovens § 37, stk. 3, at overtrædelse af bestemmelserne i § 5, stk. 1, § 6, stk. 1, 3 og 4, §§ 6a og 6 b, § 7, stk. 1, §§ 9-11, § 11 a, stk. 1, § 11 b, stk. 1, § 14, stk. 1, § 15, §

UDKAST

16, stk. 3, § 17, stk. 1, 2 og 4, § 18 og § 19, § 20, stk. 1 og 3, og § 21 og forsætlig overtrædelse af § 22 straffes med bøde, medmindre højere straf er forskyldt efter straffelovens § 279 eller anden lovgivning.

Det følger endvidere af den gældende § 37, stk. 5, i markedsføringsloven, at ved udmåling af bøder efter § 37, stk. 1-3, lægges vægt på overtrædelsens grovhed og den erhvervsdrivendes omsætning. For juridiske personer fastsættes bødeniveauet efter en model, hvor de erhvervsdrivende inddeles i 8 kategorier efter deres størrelse målt på omsætning. For hver kategori er fastsat tre overordnede bødeniveauer.

Det foreslås at ændre § 37, stk. 3, således, at den foreslåede bestemmelse i § 11 c, jf. forslaget § 2, nr. 1, straffesanktioneres. Strafferammen er bøde, medmindre højere straf er forskyldt efter straffelovens § 279 eller anden lovgivning.

Ansvarsubjektet for overtrædelse af § 11 c er de fysiske og juridiske personer, der anvender retoucherede reklamebilleder i deres handelspraksis.

De subjektive krav for at straffe en overtrædelse af den foreslåede § 11 c, er uagtsomhed eller forsæt, jf. straffelovens § 19, 2. pkt. Efter straffelovens § 19, 2. pkt., er de pågældende straffebud anvendelige på andre lovovertrædelser, også når lovovertrædelsen er begået af uagtsomhed, medmindre det modsatte har særlig hjemmel.

Der kan pålægges selskaber m.v. (juridiske personer) strafansvar efter reglerne i straffelovens 5. kapitel, jf. den gældende markedsføringslovs § 37, stk. 10.

Der henvises i øvrigt til pkt. 3.6. i lovforslagets almindelige bemærkninger.

Til nr. 3

Det følger af den gældende bestemmelse i markedsføringslovens § 37, stk. 3, at overtrædelse af bestemmelserne i § 5, stk. 1, § 6, stk. 1, 3 og 4, §§ 6a og 6 b, § 7, stk. 1, §§ 9-11, § 11 a, stk. 1, § 11 b, stk. 1, § 14, stk. 1, § 15, § 16, stk. 3, § 17, stk. 1, 2 og 4, § 18 og § 19, § 20, stk. 1 og 3, og § 21 og forsætlig overtrædelse af § 22 straffes med bøde, medmindre højere straf er forskyldt efter straffelovens § 279 eller anden lovgivning.

Det følger af den gældende § 37, stk. 5, i markedsføringsloven, at ved udmåling af bøder efter § 37, stk. 1-3, lægges vægt på overtrædelsens grovhed

UDKAST

og den erhvervsdrivendes omsætning. For juridiske personer fastsættes bødeniveauet efter en model, hvor de erhvervsdrivende inddeles i 8 kategorier efter deres størrelse målt på omsætning.

De subjektive krav for at straffe en overtrædelse af markedsføringsloven er uagtsomhed eller forsæt, jf. straffelovens § 19, 2. pkt.

Det foreslås, at der i § 37 indsættes et nyt stykke 4, der indebærer, at for overtrædelse markedsføringslovens § 5, stk. 1, og § 6, stk. 1, kan straffen under skærpende omstændigheder stige til fængsel indtil 4 måneder, medmindre højere straf er forskyldt efter straffelovens § 279 eller anden lovgivning. Det foreslås, at muligheden for fængselsstraf bringes i anvendelse, hvor der efter omstændighedernes karakter er tale om særligt grove overtrædelser eller grove følgevirkninger. Fængselsstraf kan således anvendes, hvor overtrædelsen kan henføres til en eller flere personers groft uagtsomme eller forsætlige handlinger.

I de situationer, hvor der er tale om skærpende omstændigheder, kan domstolene udmåle fængselsstraf op til 4 måneder. Fængselsstraf forudsætter, at overtrædelsen eller undladelsen er begået med forsæt eller grov uagtsomhed. Fastsættelsen af straffen vil bero på domstolenes konkrete vurdering i det enkelte tilfælde og af samtlige omstændigheder i sagen, og det angivne straffniveau 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 foreslås i bestemmelsens 2. *pkt.*, at det anses som skærpende omstændigheder, når de i nr. 1-3 nævnte omstændigheder foreligger. Ved strafudmålingen bør de nævnte omstændigheder være skærpende for straffastsættelsen og kunne fængsel op til 4 måneder.

Herefter foreslås det i *nr. 1*, at der er tale om en skærpende omstændighed, når der er tale om gentagelsestilfælde, hvor den erhvervsdrivende tidligere har begået en lignende overtrædelse eller undladelse.

Der vil være tale om gentagelsestilfælde, når den erhvervsdrivende inden for de seneste 5 år har begået en lignende overtrædelse. Den erhvervsdrivendes overtrædelser behøver ikke være identiske, når de dog er ensartede. Det er ikke en forudsætning, at de tidligere overtrædelser har været til pådømmelse i det strafferetlige system.

Det foreslås i *nr. 2*, at der er tale om en skærpende omstændighed, når overtrædelsen eller undladelsen er begået som led i en systematisk overtrædelse af reglerne med økonomisk vinding for øje.

Denne bestemmelse har nær sammenhæng med, at det ikke må kunne betale sig at bryde reglerne. Det skal derfor anses som en skærpende omstændighed, hvis den erhvervsdrivende systematisk overtræder reglerne for at opnå økonomisk vinding.

Det foreslås i *nr. 3*, at der er tale om en skærpende omstændighed, når overtrædelsen er begået ved aggressiv handelspraksis. Det følger af den gældende § 7 i markedsføringsloven, der omhandler aggressiv handelspraksis, at en erhvervsdrivende i sin handelspraksis ikke må benytte chikane, ulovlig tvang, vold, eller utilbørlig påvirkning, der er egnet til væsentligt at indskrænke forbrugers valgfrihed i forbindelse med et produkt. Bestemmelsen omfatter aggressive salgsmetoder som f.eks. gentagende fremsendelser af produkter, som forbrugeren ikke har bedt om, og truende eller utilbørlig sprog eller adfærd. I nr. 24-31 i bilag 1 til den gældende markedsføringslov er der endvidere oplyst en række former for aggressiv handelspraksis, som altid er ulovlig i medfør af lovens § 9.

Der henvises i øvrigt til pkt. 3.7. i lovforslagets almindelige bemærkninger.

Til § 3

Det foreslås i *stk. 1*, at § 1 træder i kraft den 15. november 2022, jf. dog stk. 2.

Det bemærkes, at § 1 således træder i kraft forskudt fra de fælles ikrafttrædelsesdatoer, som er hovedreglen for erhvervsrettet regulering. Det vurderes dog at være hensigtsmæssigt, at loven træder i kraft inden den forestående julefrokostsæson af hensyn til lovens formål om at begrænse lattergas til beruselsesformål.

Det foreslås i *stk. 2*, at § 1, nr. 8 og 9, træder i kraft den 1. juli 2023. Ikrafttrædelsen af § 1, nr. 8, der indeholder forslag til § 5 a, foreslås udskudt til 1. juli 2023. Dette tidspunkt falder sammen med de fælles ikrafttrædelsesdatoer og giver forhandlere af lattergas tid til at foretage de nødvendige tilpasninger af deres forretning til at kunne foretage CVR-kontrol, når der

UDKAST

forhandles lattergas i en mængde, der overstiger begrænsningen i § 3, stk. 1, samtidig med at det giver internetbaserede forhandlere af lattergas tid til at implementere de fornødne ændringer på webshops m.v., så de kan foretage en effektiv alderskontrol.

Det foreslås i *stk. 3*, at § 2 træder i kraft den 1. juli 2023. Dermed vil der være tid til at udvikle mærket til brug for mærkningen af retoucherede reklamebilleder.

Loven gælder ikke for Færøerne og Grønland, hvilket er i overensstemmelse med de gældende territorialbestemmelser i lattergaslovens § 14 og markedsføringslovens § 41.

Lovforslaget sammenholdt med gældende lov

<i>Gældende formulering</i>	<i>Lovforslaget</i>
	<p style="text-align: center;">§ 1</p> <p>I lov om salg og markedsføring af lattergas til forbrugere, jf. lov nr. 800 af 9. juni 2020, foretages følgende ændringer:</p>
Lov om salg og markedsføring af lattergas til forbrugere	1. Lovens <i>titel</i> affattes således: <p style="text-align: center;">»Lov om markedsføring af lattergas til forbrugere (lattergasloven)«.</p>
§ 1. Loven finder anvendelse på lattergas.	2. § 1 affattes således: <p style="text-align: center;">»§ 1. Loven finder anvendelse på markedsføring af lattergas til forbrugere.«</p>

UDKAST

<i>Gældende formulering</i>	<i>Lovforslaget</i>
<p>§ 2. I denne lov forstås ved: 1-2) ---</p>	<p>3. I § 2 indsættes som nr. 3-5: »3) Cracker: Aggregat som anvendes til at åbne lattergaspatroner, så gassen kan udtømmes. 4) Onlinegrænseflade: Enhver form for software, herunder et websted, dele af et websted eller en applikation, hvor der markedsføres, sælges eller formidles salg af lattergas. 5) Kommunikationsplatform: Online platform som med henblik på opnåelse af fortjeneste tilbyder den besøgende at oprette en profil og udforske andre profiler, og hvis primære funktion består i at muliggøre det for brugere af platformen at tilslutte sig, dele meddelelser eller præsentationer med indhold i tegn, ord, på skrift, lyd, billeder, eller video.«</p>
<p>Kapitel 2 Salg og markedsføring af lattergas til forbrugere</p>	<p>4. <i>Overskriften</i> til kapitel 2 affattes således: »Kapitel 2 <i>Markedsføring af lattergas til forbrugere</i>«</p>

UDKAST

<i>Gældende formulering</i>	<i>Lovforslaget</i>
<p>§ 3. Det er forbudt at sælge mere end 17 g lattergas til hver enkelt forbruger pr. dag, jf. dog stk. 2.</p> <p>Stk. 2. Lattergas må ikke sælges eller markedsføres i Danmark til forbrugere under 18 år.</p>	<p>5. § 3 affattes således:</p> <p style="padding-left: 2em;">»§ 3. Det er forbudt at markedsføre mere end 17 g lattergas pr. dag til en forbruger eller en person, der fremstår som en forbruger, jf. dog stk. 2 og 3.</p> <p style="padding-left: 2em;"><i>Stk. 2.</i> Lattergas må ikke markedsføres i Danmark til forbrugere eller personer, der fremstår som forbrugere, under 18 år.</p> <p style="padding-left: 2em;"><i>Stk. 3.</i> Lattergas må ikke markedsføres til beruselsesformål uanset mængde.«</p>
	<p>6. Efter § 4 indsættes:</p> <p style="padding-left: 2em;">»§ 4 a. Lattergas må ikke besiddes på offentligt tilgængelige steder, uddannelsessteder, i nattelivet, festivalpladser, ungdomsklubber, fritidsordninger og lign., medmindre det sker som led i erhvervsudøvelse eller har et andet lignende anerkendelsesværdigt formål.«</p>
<p>§ 5. Det er forbudt at sælge lattergas til forbrugere fra udsalgssteder, hvor der sælges alkohol, tobaksvarer, tobakssurrogater [...]</p>	<p>7. I § 5 ændres »sælge« til »markedsføre«, »sælges« til »markedsføres«, og efter »alkohol,« indsættes: »crackers,«.</p>

UDKAST

<i>Gældende formulering</i>	<i>Lovforslaget</i>
	<p>8. Efter § 5 indsættes:</p> <p style="padding-left: 40px;">»§ 5 a. Ved handel med lattergas over mængdebegrænsningen i § 3, stk. 1, skal forhandleren forud for betalingstransaktionen kontrollere, at køberen er en erhvervsdrivende med gyldigt CVR-nummer.</p> <p style="padding-left: 40px;"><i>Stk. 2.</i> Forhandleren skal have en relevant procedure for kontrollen i stk. 1. Kontrollen skal dokumenteres og dokumentation for den udførte kontrol skal opbevares i 2 år.«</p>
<p>§ 7. Erhvervsministeren kan fastsætte nærmere regler om kontrol med salg og markedsføring af lattergas [...]</p>	<p>9. I § 7 udgår »salg og«.</p>
<p>§ 8. --- Stk. 2. ---</p>	<p>10. I § 8 indsættes som <i>stk. 3</i>:</p> <p style="padding-left: 40px;">»<i>Stk. 3.</i> Har kontrollen nødvendiggjort en betaling kan kontrolmyndigheden kræve udgiften refunderet fra forhandleren. Refusionen omfatter enhver omkostning forbundet med køb af lattergassen.«</p>
	<p>11. Efter § 10 indsættes:</p> <p style="padding-left: 40px;">»§ 10 a. Kontrolmyndigheden kan påbyde en kommunikationsplatform eller onlinegrænseflade at ændre eller fjerne indhold eller blokere brugerprofiler, der anvendes til at anprise eller markedsføre lattergas til forbrugere.«</p>

UDKAST

<i>Gældende formulering</i>	<i>Lovforslaget</i>
	<p>12. Efter § 11 indsættes før kapitel 4:</p> <p style="text-align: center;">»Kapitel 3 a <i>Digital kommunikation</i></p> <p>§ 11 a. Skriftlig kommunikation til Sikkerhedsstyrelsen skal foregå digitalt.</p> <p><i>Stk. 2.</i> Sikkerhedsstyrelsen kan dispensere fra kravet i stk. 1, når særlige hensyn taler herfor.</p> <p style="text-align: center;">Kapitel 3 b <i>Klage</i></p> <p>§ 11 b. Kontrolmyndighedens afgørelser truffet efter denne lov eller regler fastsat i medfør heraf kan ikke indbringes for anden administrativ myndighed, jf. dog stk. 2.</p> <p><i>Stk. 2.</i> Erhvervsministeren kan fastsætte regler om klageadgang vedrørende afgørelser, der er truffet på baggrund af regler udstedt i medfør af § 11, stk. 1 og 2.«</p>

UDKAST

<i>Gældende formulering</i>	<i>Lovforslaget</i>
<p>§ 12. Medmindre strengere straf er forskyldt efter anden lovgivning, straffes med bøde den, der</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) overtræder §§ 3, 4 eller 5 eller § 6, stk. 1, 2) undlader at give kontrolmyndigheden oplysninger efter § 9, stk. 1, eller afgiver urigtige oplysninger i forbindelse med sagsbehandlingen, 3) undlader at give kontrolmyndigheden adgang efter § 10, stk. 1 	<p>13. § 12, stk. 1, affattes således:</p> <p>»§ 12. Medmindre strengere straf er forskyldt efter anden lovgivning, straffes med bøde den, der</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) markedsfører eller indfører lattergas i strid med §§ 3-5, 2) besidder lattergas på de i § 4 a angivne steder, 3) ikke opfylder betingelserne i § 5 a eller § 6, stk. 2, 4) ikke kontrollerer, at forbrugeren er fyldt 18 år, jf. § 6, stk. 1, 5) undlader at give kontrolmyndigheden oplysninger, som kontrolmyndigheden efter § 9 kan kræve udleveret, eller afgiver urigtige oplysninger i forbindelse med sagsbehandlingen, 6) undlader at give kontrolmyndigheden adgang til erhvervsmæssige lokaliteter eller transportmidler i strid med § 10, stk. 1, eller 7) overtræder eller undlader af efterkomme et påbud fra kontrolmyndigheden meddelt i henhold til § 10 a.«
<p>§ 12. --- <i>Stk. 2.</i> Straffen efter stk. 1 kan under skærpende omstændigheder stige til fængsel indtil 2 år [...]</p>	<p>14. I § 12, stk. 2, 1. pkt., indsættes efter »stk. 1«: », nr. 1-3,«.</p>
<p>1-4) --- 5) den erhvervsdrivende har forsøgt at omgå eller unddrage sig kontrolmyndighedens kontrol Stk. 3-7. ---</p>	<p>15. I § 12, stk. 2, nr. 5, ændres »den erhvervsdrivende« til: »den der markedsfører«.</p>
	<p>16. § 13, stk. 2, ophæves.</p>

UDKAST

<i>Gældende formulering</i>	<i>Lovforslaget</i>
	<p>§ 2</p> <p>I lov nr. 426 af 3. maj 2017 om markedsføring, som ændret bl.a. ved § 20 i lov nr. 309 af 25. april 2018, lov nr. 1309 af 6. december 2019, § 2 i lov nr. 801 af 9. juni 2020, og senest ved lov nr. 2192 af 30. november 2021 om markedsføring foretages følgende ændringer:</p>
	<p>1. Efter § 11 b indsættes før overskriften før § 12:</p> <p style="text-align: center;"><i>»Mærkning af retoucherede reklamebilleder</i></p> <p>§ 11 c. En erhvervsdrivende, der i sin handelspraksis anvender retoucherede reklamebilleder, hvor kroppens facon, størrelse eller hud er ændret, skal mærke billederne, jf. stk. 2.</p> <p><i>Stk. 2.</i> Erhvervsministeren fastsætter nærmere regler om, hvordan reklamebilleder skal mærkes, herunder eventuelle undtagelser til mærkningspligten.«</p>
<p>§ 37.--- <i>Stk. 3.</i> § 5, stk. 1, § 6, stk. 1, 3 og 4, §§ 6a og 6 b, § 7, stk. 1, §§ 9-11, § 11 a, stk. 1, § 11 b, stk. 1, § 14, stk. 1, § 15, § 16, stk. 3, § 17, stk. 1, 2 og 4, § 18 og § 19, § 20, stk. 1 og 3, og § 21 og forsætlig overtrædelse af § 22 straffes med bøde, medmindre højere straf er forskyldt efter straffelovens § 279 eller anden lovgivning. Stk. 4-10.---</p>	<p>2. I § 37, <i>stk. 3</i>, indsættes efter »§ 11 b, stk. 1,«: »§ 11 c, stk. 1,«.</p>

UDKAST

<i>Gældende formulering</i>	<i>Lovforslaget</i>
<p>§ 37.--- <i>Stk. 3.</i> § 5, stk. 1, § 6, stk. 1, 3 og 4, §§ 6a og 6 b, § 7, stk. 1, §§ 9-11, § 11 a, stk. 1, § 11 b, stk. 1, § 14, stk. 1, § 15, § 16, stk. 3, § 17, stk. 1, 2 og 4, § 18 og § 19, § 20, stk. 1 og 3, og § 21 og forsætlig overtrædelse af § 22 straffes med bøde, medmindre højere straf er forskyldt efter straffelovens § 279 eller anden lovgivning. Stk. 4-10.---</p>	<p>3. I § 37 indsættes efter stk. 3 som nyt stykke: »<i>Stk. 4.</i> Ved overtrædelse af § 5, stk. 1, og § 6, stk. 1, kan straffen under skærpende omstændigheder stige til fængsel indtil 4 måneder medmindre højere straf er forskyldt efter straffelovens § 279 eller anden lovgivning. Det anses som skærpende omstændigheder, når</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) der er tale om gentagelsestilfælde, hvor virksomheden tidligere har begået en lignende overtrædelse, 2) overtrædelsen er begået som led i en systematisk overtrædelse af reglerne med økonomisk vinding for øje eller 3) overtrædelsen er begået ved aggressiv handelspraksis, jf. § 7.« <p>Stk. 4-10 bliver herefter stk. 5-11.</p>