

[Michael Kock]

lotterier fra velgørende institutioner såsom Kræftens Bekæmpelse, Røde Kors m.fl. Siden vedtagelsen af markedsføringsforbudene er det endvidere blevet tilladt at drive spillekasinoer i Danmark. Alle nævnte bruger præmiekonkurrencer til at øge indtjeningen. Spørgeren har på den baggrund svært ved at se logikken i, at andre erhvervsdrivende fortsat ikke må fordele gevinster ved lodtrækning.

Svar (2/12 91):

Industriministeren (Anne Birgitte Lundholt):

I 1973 afgav Forbrugerkommissionen en betænkning nr. 681 med et udkast til lov om markedsføring. I udkastet var der et generelt forbud mod, at erhvervsdrivende afholder præmiekonkurrencer, idet der fra såvel erhvervs- som forbrugerside var udtrykt ønske om forbud mod lotterier. Forbrugerkommissionen fandt, at dette var velbegrundet, idet lotterierne måtte anses for at være en uheldig og skadelig form for reklame, som kun kunne modvirkes effektivt ved et generelt forbud.

Til forbudet knyttede man en undtagelsesbestemmelse, der gav udgiveren af et periodisk skrift tilladelse til at foranstalte lodtrækning til fordeling af gevinster i forbindelse med løsning af præmiekonkurrencer. Undtagelsen var begrundet i, at sådanne konkurrencer udgør en del af det underholdningsstof, der traditionelt findes i periodiske skrifter, især i dag- og ugeblade.

På baggrund af Forbrugerkommissionens arbejde fremsatte handelsministeren den 8. marts 1974 forslag til lov om markedsføring m.v., hvori man i § 8, stk. 1 og 2, medtog de ovennævnte bestemmelser.

Under folketingsbehandlingen blev forbudet grundigt drøftet, og det blev bl.a. fremhævet, at lotterichancen havde en salgsstimulerende virkning og en mulighed for i visse tilfælde at kunne aflede forbrugernes opmærksomhed fra hovedproduktet. Endvidere blev det påpeget, at lotterierne kunne fremme forbrugernes spillelyst, og at udgifterne til reklamelotterierne ville blive overført til produktet og derfor i sidste instans skulle betales af forbrugerne selv.

Som bekendt fremsatte regeringen i januar 1990 et forslag om at ophæve forbudet mod fordeling af gevinster ved konkurrencer i markedsføringsloven.

Baggrunden for forslaget om ophævelse af disse bestemmelser var, at det af Industriministeriets rapport om fremtidssikring (Baobabrapporten) fremgik, at nytteværdien af de nævnte forbud i markedsføringsloven ikke står mål med de ressourcer, der anvendes til sikring af reglernes overholdelse. Efter forslaget skulle spørgsmålet om lovligheden af de pågældende gevinster afgøres efter en konkret vurdering i medfør af generalklausulen i markedsføringslovens § 1, der forbyder handlinger i strid med god markedsføringsskik.

Der var imidlertid modstand imod forslaget fra såvel erhvervs- som forbrugerorganisationerne. Man fandt bl.a., at en regulering efter markedsføringslovens generalklausul var utilstrækkelig, og at en afskaffelse af bestemmelserne bl.a. kun ville føre til øget bureaukratisering og større ressourceforbrug. Disse betænkeligheder delte jeg ikke dengang, og jeg deler dem fortsat ikke.

Da det under behandlingen af dette lovforslag viste sig, at der næppe kunne opnås flertal for en ophævelse, besluttede regeringen at trække forslaget tilbage.

For så vidt angår konkurrencer foranstaltet af de elektroniske medier henviser jeg til besvarelsen af spørgsmål S 193 stillet af Michael Kock (FP).

Spm. nr. S 193

Til *industriministeren* (20/11 91) af:

Michael Kock (FP):

»Hvorfor accepteres det, at TV 2 med programmet Lykkehjulet afholder en konkurrence, hvis udfald helt eller delvis beror på tilfældet, når markedsføringsloven forbyder erhvervsdrivende at gøre det samme?«

Begrundelse

I markedsføringslovens § 8 forbydes det erhvervsdrivende at fordele gevinster i forbindelse med konkurrencer, hvis udfald helt eller delvis beror på tilfældet.

TV 2 har programmet Lykkehjulet, hvor udfaldet helt eller delvis beror på tilfældet. Formålet med udsendelsen er at skaffe mange seere. De mange seere øger salget af annoncer. TV 2 er erhvervsdrivende og bruger konkurrencen til at fremme sit salg. Baggrunden for TV 2's brug af præmiekonkurrence er præcis