

de af familie- og forbrugerministeren stillede ændringsforslag.

De seks partier bag denne politiske aftale tilslutter sig synspunkterne i ministeren for familie og forbrugeranliggendes besvarelse af L 13 – spørgsmål 20 om bøder i sager om overtrædelse af forbuddet mod uanmodet henvendelse (spam). Udvalget er enige i, at der efter ikrafttrædelsen af de nye regler bør tages udgangspunkt i Forbrugerombudsmandens beregningsmodel, når der skal fastsættes bøder for udsendelse af spam. Det er det, som fremgår af bemærkningerne til lovforslaget. Højesterets dom af 22. september 2005 i en sag om overtrædelse af den nu gældende markedsføringslovs § 6 a ændrer ikke herved.

Som det fremgår af forslagens bemærkninger, er spam i dag således et stort og stigende problem for brugen af internettet og telekommunikation. Derfor skal overtrædelse af reglerne også straffes med en bøde, som ud over at sikre, at det ikke kan betale sig at overtræde markedsføringsloven, også har en meget klar præventiv effekt. Disse særlige hensyn er klart fremhævet i bemærkningerne til de foreslåede nye regler, og derfor vil domstolene fremover kunne inddrage dette, når der skal udmåles en bøde for udsendelse af spam.

I den forbindelse bemærker de seks partier bag denne politiske aftale, at modellen alene vil udgøre et udgangspunkt, og bøden således, som det fremgår af lovforslagets bemærkninger, vil bero på domstolens konkrete vurdering i det enkelte tilfælde af samtlige sagens omstændigheder, hvorfor de angivne bødeniveauer vil kunne fraviges i op- eller nedadgående retning, hvis der i den konkrete sag foreligger skærpende eller formildende omstændigheder.

Endelig henviser de seks partier bag denne politiske aftale til de tre optrykte bilag bagest i denne betænkning.

Et *mindretal* i udvalget (EL) indstiller lovforslaget til *forkastelse* ved 3. behandling. Mindretallet stemmer hverken for eller imod de stillede ændringsforslag.

Enhedslisten erkender, at der er forbedringer i denne lov, og at nogle af de værste forringelser, som regeringen havde foreslået, er taget ud, men forbuddet mod tilgift ophæves, så forbrugerne frem over kan lokkes med »gratis« varer og dermed nemmere bliver vildledt. Desuden er loven

for slap, hvad angår begrænsning af markedsføring rettet mod børn og unge, samt utilstrækkelig med hensyn til at regulere antallet og størrelsen af gebyrer. Derfor kan Enhedslisten ikke støtte loven. Enhedslisten vil desuden udtrykke sin store forundring over, at ministeren ikke indkaldte alle Folketingets partier til forhandlinger om denne lov.

Siumut, Tjóðveldisflokkurinn, Fólkaflokkurinn og Inuit Ataqatigiit var på tidspunktet for betænkningens afgivelse ikke repræsenteret med medlemmer i udvalget og havde dermed ikke adgang til at komme med indstillinger eller politiske udtalelser i betænkningen.

En oversigt over Folketingets sammensætning er optrykt i betænkningen.

4. Ændringsforslag med bemærkninger

Æ n d r i n g s f o r s l a g

Af *familie- og forbrugerministeren*, tiltrådt af *et flertal* (udvalget med undtagelse af EL):

Til § 8

1) I *stk. 2* indsættes efter »rusmidler«: », herunder alkohol«,
[Præcisering]

Til § 9

2) Som *stk. 2* indsættes:

»*Stk. 2.* Tilbyder en erhvervsdrivende en vare eller tjenesteydelse til en bestemt pris, og har den erhvervsdrivende rimelig grund til at antage, at denne ikke vil være i stand til at imødekomme efterspørgslen i en mængde, som er rimelig i forhold til tilbuddet og omfanget af dets markedsføring, skal den erhvervsdrivende tage et klart forbehold herom i markedsføringen.«
[Oplysningskrav vedrørende begrænsninger i et tilbud]

Nye paragraffer

3) Efter § 9 indsættes som nye paragraffer med tilhørende overskrifter:

»Rabatkuponer og -mærker

§ 01. Der må ikke gives rabat eller anden ydelse ved brug af mærker, kuponer el.lign., der er stillet til rådighed af erhvervsdrivende forud for