

- At den nye § 8 yderligere vil præcisere, at man ikke må benytte markedsføringsmetoder, som udnytter børn og unges loyalitet og godtroenhed. Forhold som netop bliver udnyttet i vennehvervning.
- At skjult vennehvervning vil være i strid med nye § 4 om reklameidentifikation, som er strafbelagt.
- At vennehvervningskoncepter, som reelt går ud på at omgå markedsføringslovens og forbrugeraftalelovens forbud mod uanmodet henvendelse, allerede er i strid med god skik og vil kunne forbydes.

Hertil kommer, at børn og unge kun i begrænset omfang kan indgå aftaler på egen hånd, og at de bl.a. ikke kan indgå aftaler, der forpligter dem til at betale på et senere tidspunkt. Det betyder bl.a., at en mindreårig ikke kan tegne et abonnement eller handle på nettet.

2. Overvejelser om indførelse af specifikke regler om vennehvervning

Der er enighed om, at indførelse af et generelt forbud mod børn og unges deltagelse i salgs- og markedsføringsarbejde vil være alt for vidtgående, idet det vil afskære børn og unge fra at have fritidsjobs i butikker eller at deltage i ukontroversielt salgs- og markedsføringsarbejde som led i indsamling af midler til foreninger og sportsklubber.

Der er derfor stillet forslag om, at et evt. strafbelagt forbud indskrænkes til kun at omfatte markedsføringstiltag, hvori børn og unge på urimelig måde indgår i arbejdet.

Som det fremgår ovenfor, er urimelig brug af børn og unge til vennehvervning, enten allerede i dag ikke tilladt eller vil fremover ikke være tilladt som følge af de nye bestemmelser om børn og unge og reklameidentifikation i L 13.

Såfremt man ønsker at skærpe retstilstanden yderligere, vil det reelt kunne betyde, at man indfører et nyt specialforbud mod brug af børn og unge til vennehvervning.

Hertil kommer, at såfremt der udformes en specialbestemmelse, som kun regulerer visse former for vennehvervning, er der risiko for, at domstolene vil benytte den nye bestemmelse til at slutte modsætningsvis, således at andre former for vennehvervning, som ikke er omfattet af den nye bestemmelse, men som i dag vil være i strid med god skik, vil blive lovliggjort.

Spørgsmål 20:

Vil ministeren oplyse, hvilken betydning Højesterets dom af 22. september 2005 i straffesagen om udsendelse af spam har for de foreslåede regler?

Svar:

Den 22. september 2005 afsagde Højesteret dom i en sag om overtrædelse af forbuddet mod udsendelse af spam i den nugældende markedsføringslovs § 6 a.

Højesterets dom er afsagt efter udarbejdelsen af lovforslaget, og der er således ikke taget højde for dommen i bemærkningerne til lovforslaget.

Den pågældende sag vedrørte udsendelse af et betydeligt antal e-mails og sms-beskeder. Der var tale om anke af en dom, som var afsagt af Sø- og Handelsretten den 14. marts 2005. Anklagemyndigheden gjorde både for Højesteret og for Sø- og Handelsretten gældende, at der ved udmålingen af bøden skulle tages udgangspunkt i et fast beløb pr. adressat, således som det er forudsat i den beregningsmodel, som Forbrugerombudsmanden har udarbejdet, og som der henvises til i bemærkningerne til lovforslagets § 28.

Sø- og Handelsretten fastsatte straffen til en bøde på 2 mio. kr., men Højesteret nedsatte bøden til 400.000 kr. Højesteret anførte under henvisning til bl.a. forarbejderne til markedsføringslovens § 22, at der ikke som anført af anklagemyndigheden (og forudsat i Forbrugerombudsmandens beregningsmodel) kan tages udgangspunkt i et fast beløb pr. adressat, idet der må lægges betydelig vægt på andre forhold, herunder navnlig den opnåede eller tilsigtede fortjeneste og henvendelsens karakter og indhold.

Højesterets dom indebærer således, at den beskrivelse af den nuværende retsstilling, som findes i bemærkningerne til lovforslagets § 28, ikke længere er fuldt ud dækkende.

Det er imidlertid fortsat min opfattelse, 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, og Højesterets dom ændrer ikke heved.

Som det fremgår af forslagens bemærkninger, er spam i dag således et stort og stigende problem for brugen af internettet og telekommuni-