

**Møte fredag den 28. november 2008 kl. 12.07**

President: Trygve Slagsvold Vedum

Dagsorden (nr. 8):

1. Innstilling fra familie- og kulturkomiteen om lov om kontroll med markedsføring og avtalevilkår mv. (markedsføringsloven) (Innst. O. nr. 20 (2008–2009), jf. Ot.prp. nr. 55 (2007–2008))
2. Innstilling fra familie- og kulturkomiteen om lov om endringer i pengespill- og lotterilovgivningen (betalingsformidling m.m.) (Innst. O. nr. 19 (2008–2009), jf. Ot.prp. nr. 80 (2007–2008))
3. Referat

Sak nr. 1 [12:07:02]

*Innstilling fra familie- og kulturkomiteen om lov om kontroll med markedsføring og avtalevilkår mv. (markedsføringsloven)* (Innst. O. nr. 20 (2008–2009), jf. Ot.prp. nr. 55 (2007–2008))

**Presidenten:** Etter ønske fra familie- og kulturkomiteen vil presidenten foreslå at debatten blir begrenset til 1 time og 5 minutter, og at taletiden blir fordelt slik på gruppene:

Arbeiderpartiet 20 minutter, Fremskrittspartiet 15 minutter, Høyre 10 minutter, Sosialistisk Venstreparti 5 minutter, Kristelig Folkeparti 5 minutter, Senterpartiet 5 minutter og Venstre 5 minutter.

Videre vil presidenten foreslå at det blir gitt anledning til replikkordskifte på inntil fem replikker med svar etter innlegg fra medlemmer av Regjeringen – innenfor den fordelte taletid.

Videre blir det foreslått at de som måtte tegne seg på talerlisten utover den fordelte taletid, får en taletid på inntil 3 minutter.

– Det anses vedtatt.

**Ulf Erik Knudsen (FrP) [12:08:21]** (ordfører for saken): Det er kanskje for sjelden man sier det, men i denne saken har departementet gjort en utmerket jobb. Det er kun på noen få felt det er uenighet i komiteens innstilling til behandlingen av Ot.prp. nr. 55 for 2007–2008 om lov om kontroll med markedsføring og avtalevilkår mv. Lovforslaget dekker i det vesentlige samme område som gjeldende markedsføringslov som forslaget skal avløse. Forslaget tar også høyde for direktiv 2005/29/EF om foretaks urimelige handelspraksis overfor forbrukere, som vi som følge av EØS-avtalen skal ta hensyn til.

Bestemmelser som skal beskytte næringsdrivende, har ikke vært gjenstand for revisjon, men er plassert i et eget kapittel i loven.

I sin vurdering av lovforslaget har komiteen lagt særlig vekt på:

- ønske om et lovverk som beskytter forbrukerne

- ønske om å forenkle regelverket innenfor de rammer som er gitt av direktivet
  - ønske om å gi gode arbeidsvilkår for seriøse næringsdrivende
  - ønske om å gjøre forholdene vanskeligere for useriøse aktører i markedet, slik som kataloghaier, svindlere og andre useriøse markedsførere
  - et generelt ønske om å harmonisere norske lover og regler med andre land
  - ønske om å verne barn og ungdom
- Det er som sagt bred enighet i saken.

Lovforslagets kapittel 1 innledes med en bestemmelse om hva loven gjelder. I kapitlet foreslås det også å lovfeste prinsippet om at faktiske påstander i markedsføringen skal kunne dokumenteres. Videre videreføres forbudet mot handlinger som strider mot god markedsføringsskikk, og forbudet mot kjønnsdiskriminerende reklame blir stående i påvente av revisjon av diskrimineringslovene, som er under arbeid.

I lovforslagets kapittel 2 er bestemmelsene som gjennomfører direktivet om urimelig handelspraksis, tatt inn.

Disse bestemmelsene er for en stor del en videreføring av gjeldende rett, men direktivet har medført endringer i både begrepsbruk og utforming.

Kapittel 3 viderefører flere av dagens spesialbestemmelser om markedsføring. Dette gjelder forbudet mot krav om betaling for ytelser uten avtale – forbud mot katalogvirksomhet, såkalt negativt salg – regelen om begrensninger i bruk av visse kommunikasjonsmetoder, bl.a. e-postreklame, og reguleringen av levering av uadressert reklame, altså «nei takk til uadressert reklame», som vi kjenner ordningen som.

Sistnevnte område er et av de få i denne saken hvor det er en tydelig uenighet i innstillingen.

Når det gjelder levering av uadressert reklame – «nei takk til uadressert reklame»-ordningen – er det en del kommuner som har tatt disse reglene oppe til debatt, og gjort sitt syn kjent både gjennom media og i henvendelser til komiteen. Vi setter pris på det engasjementet som er vist.

Det er fra flere høringsinstanser blitt tatt til orde for å speilvende «nei takk»-prinsippet til at man skal måtte ha en lapp på postkassen som sier «ja takk» til reklame – av miljøhensyn.

Regjeringen foreslår å videreføre dagens ordning vedrørende uadressert reklame. Flertallet, alle partier utenom Kristelig Folkeparti og Venstre, slutter seg til Regjeringens syn.

Selvfølgelig skal miljøet tas på alvor. Flertallet legger da også tydelig vekt på at muligheten for å reservere seg mot uadressert reklame gjøres så tilgjengelig, enkel og effektiv som mulig. Flertallet mener dagens ordning er ubyråkratisk, velkjent og enkel å forholde seg til.

Forslaget om speilvendning er også blitt kraftig imøtegått av næringsliv og næringsorganisasjonene, som frykter at dette vil gi avisene monopol i form av innstikkreklame, og vil gjøre det umulig for små næringsdrivende, f.eks. en lokal Joker-butikk, å komme ut med sin markedsføring i et geografisk begrenset område.

Et annet felt det er uenighet om, er gratisaviser og full-

distribuerte aviser. Departementet foreslår å gi forbrukerne en rett til å si nei takk til alle gratisaviser, ved at markedsføringsloven utvides til å omfatte publikasjoner med det man kaller en ikke ubetydelig andel redaksjonelt stoff. Retten til å si nei vil bli utformet som en separat ordning, og det vil være mulig å si nei takk til uadressert reklame og samtidig beholde gratisavisen. Som ved uadressert reklame vil et merke eller lignende på forbrukerens postkasse eller inngangsdør anvendes.

Komiteens flertall, medlemmene fra Arbeiderpartiet, Kristelig Folkeparti og Senterpartiet slutter seg til dette, mens komiteens medlemmer fra Fremskrittspartiet, Høyre og Venstre ikke deler flertallets syn. Vi mener det ikke er riktig å utvide muligheten til å si nei takk til uadressert reklame til også å omfatte gratisaviser og øvrige aviser som tidvis gis ut til et avgrenset lokalt område i fulldistribusjon.

En slik ordning vil i tillegg til å være byråkratisk å administrere være ødeleggende i forhold til den offentlige debatt. Samtidig vil den være sterkt hemmende for lokalavisenes mulighet til å markedsføre seg.

Vi anser altså ikke gratisaviser og aviser i fulldistribusjon som reklame, på samme måte som øvrig offentlig informasjon, informasjon fra politiske partier osv., og fremmer et forslag om fortsatt unntak for disse.

Departementet foreslår nye regler om markedsføring ved hjelp av telefon eller adressert post. Det foreslås flere konkrete tiltak for å effektivisere dagens reservasjonsordning mot telefonmarkedsføring. Det åpnes eksempelvis for å registrere telefonnummer i tillegg til fødselsnummer i Reservasjonsregisteret. De næringsdrivende pålegges hyppigere kontroll mot registeret og må informere om reservasjonsmuligheten når de ringer dem som ikke har reservert seg.

For øvrig foreslås det å stille krav om skriftlig aksept ved telefonsalg til forbrukere i angreterretten. Det foreslås også en skriftlig opplysningsplikt før avtaleinngåelse om enkelte sentrale avtalevilkår.

Det er fortsatt mange som klager på aggressiv telefonmarkedsføring og manglende etterlevelse av regelverket fra aktørenes side. Det kan derfor synes som om det er behov for en slik innstramming som Regjeringen legger opp til.

Forslaget støttes av flertallet, alle unntatt Kristelig Folkeparti, som vil gå lenger. Jeg antar at partiet selv vil redegjøre for sitt syn.

Hvis vi ser på telefonsalg av avisabonnemang og frivillige organisasjoners telefonsalg, foreslås unntak fra kravene om skriftlig aksept og skriftlig opplysningsplikt ved avtaleinngåelse. Regjeringspartiene og Kristelig Folkeparti går inn for dette. Fremskrittspartiet, Høyre og Venstre mener imidlertid at aviser, ukeblader og magasiner skal likebehandles i regelverket. Vi kan vanskelig se gode grunner for den forskjellsbehandling av publikasjoner som det her legges opp til. Vi mener at aviser, tidsskrifter, ukeblader osv. bør likebehandles på dette felt, uavhengig av utgivelsesfrekvens.

Ellers er det slik at komiteen etter brev fra statsråden av 20. oktober 2008 endrer ordlyden i lovforslagets §§ 12 og 13, der man i proposisjonen har foreslått innført be-

grepet «fysiske personer». Komiteen vil legge til grunn at reservasjonsretten ikke skal gjelde i arbeidsforhold, og at teksten i lovforslaget derfor endres.

Departementet foreslår endringer i bestemmelsene om bruk av tilleggsytelser i markedsføringen. Enkelte av restriksjonene på slik markedsføring foreslås opphevet. Dette gjelder for det første tilbud om ekstraytelser, «på kjøpet», som det heter, som til nå har vært forbudt, dersom det ikke var naturlig sammenheng mellom hovedytelsen og ekstraytelsen – det man kaller tilgift. Det samme gjelder forbudet mot bruk av visse rabattkuponger.

Flertallet mener at dette vil bringe norsk lovgivning mer i tråd med de andre nordiske land og Europa for øvrig. Flertallet har også merket seg at det er hevdet at en opprettholdelse av særnorske regler på dette felt vil kunne anses som handelshindre og derfor ikke være i tråd med EØS-avtalen. På den andre siden vil det kunne hevdes at et frislipp med hensyn til tilleggsytelser vil kunne gjøre markedet mer uoversiktlig for forbrukerne.

Vi har merket oss begge synene, men kommer ut fra en helhetsvurdering frem til at vi vil støtte den liberaliseringen som proposisjonen legger opp til. Jeg antar at mindretallet, Kristelig Folkeparti og Venstre, vil redegjøre for sitt syn på dette punktet.

Når det gjelder barn og unge, er det også bred enighet i denne saken. Vi har alle sett at markedsføringen overfor barn og unge øker, og i lovforslagets kapittel 4 foreslås det nye særregler for å beskytte barn og unge. Vi har registrert at det er praksis for at lovens bestemmelser tolkes strengere der markedsføringen er rettet mot barn. Forslaget innebærer at denne praksisen lovfestes og synliggjøres. Det foreslås en generell regel som markerer at barn er en spesielt påvirkelig gruppe, som det skal vises særlig aktsomhet overfor. Videre foreslås det en bestemmelse om urimelig handelspraksis overfor barn og en bestemmelse om god markedsføringsskikk, etiske og moralske aspekter ved markedsføring overfor barn. Vi ønsker en best mulig beskyttelse av barn og ungdom, og alle partier slutter seg til departementets forslag om å lovfeste de prinsipper som i dag følger av forvaltningspraksis.

Med dette har jeg gleden av å anbefale innstillingen fra komiteen. Jeg tar opp forslagene nr. 1 og 2, fra Fremskrittspartiet, Høyre og Venstre.

**Presidenten:** Representanten Ulf Erik Knudsen har tatt opp de forslagene han refererte til.

**Britt Hildeng (A) [12:19:00]:** Forslaget til ny markedsføringslov kan forstås som et ektefødt barn av blandingsøkonomien, som vår velferdsstat baserer seg på. Den tar sikte på å finne en rimelig balanse mellom marked og forbruker. Dette har vært kjernen i den politikken som har vært ført i Norge på mange områder. Loven innebærer således ikke noe prinsipielt nytt, men presiserer og videreutvikler det strenge vern forbrukere har hatt i vårt land. Jeg synes det er gledelig at det er såpass stor enighet i komiteen om lovens innhold.

Lovforslaget som fremmes, må også ses på bakgrunn av direktiv 2005/29/EF om foretaks urimelige praksis over-

for forbrukere, som er tatt inn i EØS-avtalen. Proposisjonen inneholder således også forslag til gjennomføring av direktivets bestemmelser. Jeg synes det er viktig å merke seg at vår tenkning omkring forbrukervern synes å ha gjennomslag i EUs forbrukerpolitikk. Det er gledelig.

Jeg vil i det videre kommentere noen punkter som det har vært diskusjoner omkring. Særlig har spørsmålet om hvordan en skal forholde seg til uadressert reklame vakt diskusjon og engasjement. Spørsmålet har vært om en aktivt skal si ja takk til uadressert reklame, eller hvorvidt et aktivt nei takk skal ligge til grunn for ikke å motta uadressert reklame, slik ordningen er i dag.

Flertallet i komiteen, alle unntatt Kristelig Folkeparti og Venstre, ønsker å videreføre dagens ordning. Flertallet legger vekt på at mulighetene for å reservere seg mot uadressert reklame gjøres så tilgjengelig, enkelt og effektivt som mulig. Flertallet mener at dagens ordning er ubyråkratisk, velkjent og enkel å forholde seg til.

Mange kommuner i likhet med naturvernorganisasjoner har ønsket å speilvende dagens ordning. Vi synes det er flott med et slikt engasjement, og at dette engasjementet kan brukes til å spre informasjon om «nei takk»-ordningen, bl.a. gjennom distribusjon av klistremerker.

I loven foreslås reservasjonsordningen utvidet til også å gjelde gratisaviser. Dette gjøres gjennom en separat ordning der en på samme måte som for uadressert reklame på enkel måte kan sette opp et merke som tilkjenner at en ikke ønsker gratis aviser. Flertallet i komiteen støtter dette forslaget.

Under behandlingen av dette punktet er det blitt reist spørsmål om hvordan forholdet mellom gratisaviser og gratisutgaver av abonnementsaviser/betalingsaviser skal forstås. Slik komitéflertallet ser det, er intensjonen at reservasjonsordningen skal være lik for gratisaviser og gratisutgaver av abonnements-/betalingsaviser. I forståelse med departementet fremmes derfor et forslag til en endring i § 17, slik at det blir tydelig. Således vil et reservasjonsmerke som sier nei takk til gratisaviser, gjelde både for gratisavisene og for gratisutgaver av abonnementsaviser. Og omvendt: Dersom en ikke har reservert seg, vil en kunne motta både gratisutgaver av abonnementsaviser og gratisavisene.

Når det gjelder tolking av dagens markedsføringslov, har praksis vært at loven tolkes strengere der markedsføringen er rettet mot barn og unge. Arbeiderpartiet synes det er bra at denne praksisen lovfestes og synliggjøres gjennom egne bestemmelser i loven, gjennom å markere at barn er en særlig påvirkelig gruppe som det skal vises særlig aktsomhet overfor. Det har i den forbindelse også vært reist spørsmål om en skal innføre et uttrykkelig forbud mot direktereklame overfor barn og unge under 16 år. Vi har lagt til grunn at det ville være uforenlig med EU-direktivet. Vi mener imidlertid at en streng praktisering av generalklausulen vil ivareta en god beskyttelse av barn og unge. I tillegg til generalklausulen kan en bruke sektorlovgivningen for å få mer spesifikke krav. I den forbindelse kan en vise til bestemmelsene i kringkastingsregelverket om barn og TV-reklame, der disse bestemmelsene går foran markedsføringsloven. Men jeg vil understreke at ho-

vedverktøyet er generalklausulen og en streng praktisering av denne.

Når det gjelder telefonmarkedsføring, foreslås det flere konkrete tiltak for å effektivisere dagens reservasjonsordning. Blant annet åpnes det for å registrere telefonnummer i tillegg til fødselsnummer i Reservasjonsregisteret. De næringsdrivende pålegges hyppigere kontroll mot registeret og må informere om reservasjonsmulighetene når de ringer dem som ikke har reservert seg. Det foreslås også å stille krav om skriftlig aksept ved telefonsalg til forbrukerne i angreteretten. Dersom forbrukeren ikke gir skriftlig aksept, vil ikke bindende avtale være inngått. Det er foreslått et unntak når det gjelder telefonsalg av avisabonnement og frivillige organisasjoners telefonsalg. Komiteens flertall slutter seg til dette.

Komiteens flertall slutter seg også til at ukepressen ikke omfattes av tilsvarende unntak. I så måte har flertallet lagt til grunn den samme avgrensning og grenseoppgang som praktiseres gjennom momsfratak i skattelovgivningen. På den måten vil ukepresse og aviser behandles likt og ut fra de samme kriteriene i de to lovene. Således har vi et mer enhetlig og ens lovverk på dette området.

**Olemic Thommessen (H) [12:27:01]:** Jeg er enig med saksordføreren i at her er det gjort en grundig jobb. Det burde føre til korte innlegg på en fredag, og det har jeg tenkt å slutte opp om.

Jeg slutter meg i det alt vesentlige til de forslagene som ligger der, og til saksordføreren fremstilling av denne saken. Jeg vil begrense mitt innlegg til å kommentere de sakene der Høyre har andre synspunkter enn regjeringspartiene.

Uenigheten dreier seg først og fremst om gratisaviser og gratis distribuerte aviser bør underkastes de samme regler eller ikke. Der mener vi at gjennom en forskjellsbehandling i forhold til «nei takk»-regelen kommer vi inn i en unødvendig vanskeliggjøring i distribusjonen. Vi mener også at forskjellsbehandling har prinsipielle sider i forhold til mediepolitiske hensyn generelt og også faktisk i et ytringsfrihetsperspektiv. En avis er en avis, gratis eller ei. Vi kan heller ikke se at det er anført gode grunner til å behandle ukeblader og magasiner forskjellig fra aviser i forhold til unntaksbestemmelsene som er foreslått når det gjelder telefonsalg.

Jeg ser også at opphevelsen av forbudet mot tilgift erger et par av de partiene Høyre ellers gjerne er enig med om det meste. Jeg kan ikke dy meg for å minne om at de nye bestemmelsene i all vesentlighet følger av et EU-direktiv. Der er det jo slik at vi – dessverre, får jeg vel nesten si – ikke minst med disse partienes hjelp har stilt oss på siden av en type EU-arbeid der vi kunne hatt innflytelse på denne og mange av de andre små bestemmelsene vi – om ikke daglig, så i alle fall svært ofte – implementerer i vårt lovverk i denne sal, stort sett uten diskusjon, stort sett uten særlig refleksjon. Det er simpelthen bare noe vi er nødt til å ta inn over oss.

Så kan vi jo reflektere over hva det betyr over tid, eller hva summen av alle de små beslutningene betyr over tid. La det allikevel være til trøst at nye regler om tilgift fak-

tisk også åpner for spennende muligheter for frivillig sektor til å kunne få inntekter av duppeditter som legges ved. Det åpner faktisk et helt nytt område for det frivillige som bør kunne være interessant, kanskje også mer i forhold til andre saker vi diskuterer med frivilligheten som utgangspunkt.

For øvrig viser jeg til saksordførerens utmerkede gjennomgang og til det forslag Høyre er med på.

**May Hansen (SV) [12:31:05]:** Forslaget til ny markedsføringslov er viktig både for næringsliv og for oss forbrukere. Loven legger premisser for hvordan næringslivet kan markedsføre sine varer og tjenester.

Hensynet til næringslivet og forbrukerne er ikke alltid sammenfallende. SV er glad for vektlegging av forbrukerinteressene i forslaget til markedsføringslov. Forbruker-ynet er styrket i forslaget til ny lov, og – det viktigste – vernet av barn er tydeligere. Mye av regelverket vil nå bli det samme som i andre EØS-land. Dette vil skape tryg- gere rammebetingelser både for næringslivet og for for- brukerne. Det skal også bli vanskeligere for useriøse nær- ingsdrivende å oppnå kortsiktig vinning ved å bryte loven, og håndhevingsmyndighetene får sterkere virkemidler til å gripe inn mot overtredelser.

Barn og unge opplever økt markedsføringspress i sta- dig flere medier, og det er et økt behov for å beskytte barn på dette området. Det foreslås i loven særlige regler om markedsføring rettet mot barn. SV er glad for at når barn er målgruppen, skal regelverket tolkes strengere enn el- lers. Barn er spesielt utsatt for reklamepåvirkning og ma- nipulerende markedsføring, og vi vet at barn og unge er en attraktiv målgruppe. Det foreslås derfor en generell regel som markerer at barn er en særlig påvirkelig gruppe som det skal vises særlig aktsomhet overfor. Ved bruk av mo- biltelefon og Internett er det enkelt å komme i kontakt med barn og unge. Forbrukerombudet har lenge ønsket å lov- feste dagens strenge praksis, bl.a. for å øke bevisstheten hos de næringsdrivende rundt beskyttelse av barn. Det ka- pitlet i loven gir ombudet muligheten til å ha en streng praksis.

Forbrukerne som ikke ønsker uadressert reklame, kan sette opp et «nei takk»-merke. Ordningen er godt kjent og ubyråkratisk. «Nei takk»-merket har vært brukt siden år 2000. Det er fra flere høringsinstanser tatt til orde for å spille «nei takk»-prinsippet, slik at man skal ha en «ja takk»-lapp. Det er også mange kommuner som har sluttet seg til dette «ja takk»-prinsippet når det gjelder reklame. SV har tidligere fremmet forslag om at man som forbruker skal si «ja takk» både til te- lefonsalg og reklame, uten at vi har fått gjennomslag for det. Det har vi heller ikke nå fått, og det er hel- ler ikke flertall i denne sal for den spilleendingen. SV vil derfor følge utviklingen for forbrukerne nøye for å se om det framover trengs ytterligere innstramminger i loven.

Den nye markedsføringsloven har en klar intensjon om å beskytte forbrukerne mot aggressiv og nærgående re- klame. Vi skal som forbrukere kunne reservere oss mot reklame på vår egen dørmatte, i postkasse eller over te-

lefon. Derfor foreslås det også en «nei takk»-ordning for gratisaviser.

Mange forbrukere føler seg plaget av telefonsalg. Det gjør også jeg. Vi har et sentralt reservasjonsregister som gir forbrukerne mulighet til å velge. SV er spesielt glad for at det er totalforbud av telefonsalg sent på kvelden og i helgene. Ved et eventuelt salg skal det også bli krav om skriftlig bekreftelse på at en avtale er inngått. Det vil gjøre det vanskeligere for useriøse selgere å kreve betaling for avtaler som ikke er inngått. Det er bra, og det er også bra at tilsynsansvaret blir overført til Forbrukerombudet.

**Björg Tørresdal (KrF) [12:35:21]:** Kristelig Folke- parti mener dagens reservasjonsordning mot uadressert reklame bør spillevindes. Stadig flere kommuner landet rundt har vedtatt at de ønsker at dagens reservasjonsord- ning mot uadressert reklame skal spillevindes. Det siste tal- let vi har fått, fra en ildsjel i Hordaland som har engasjert seg i denne saken i ti år, er 100 – 100 av 430 kommuner. Kristelig Folkeparti ønsker at i stedet for å si «nei takk» må forbrukeren si «ja takk». I de fleste kommunene er vedtakene enstemmige. Det er spillevending kommunene vil ha.

Postkassene våre fylles opp av stadig større mengder reklame. Noen ønsker å motta denne reklamen. Det bør de fortsatt ha mulighet til, men de må bare si fra. For mange av oss gjelder det motsatte – vi ønsker ikke å motta uad- ressert reklame. Veldig mye av reklamemateriellet som produseres og distribueres, er uønsket av mottakeren. Det har to konsekvenser: Forbrukerne blir irriterte over over- fylte postkasser, og enorme mengder papir produseres og distribueres til ingen nytte. Dette er håpløst dårlig miljø- politikk. Hensynet til miljøet er avgjørende for Kristelig Folkeparti i denne saken. Tonnevis av avfall kan unngås dersom dagens reservasjonsordning spillevindes. Samti- dig kan bransjen fortsatt spre reklame til forbrukere som ønsker det.

Regjeringen har dessverre ikke ønsket å innføre en spillevending av dagens reservasjonsrett. Kristelig Folke- parti og Venstre fremmer imidlertid forslag om å gi kom- munene rett til å spillevende dagens «nei takk»-ordning til en «ja takk»-ordning lokalt. Vi ber Regjeringen komme tilbake til Stortinget med et forslag som åpner for at kom- munene lokalt selv kan bestemme at dagens reservasjons- ordning spillevindes fra «nei takk» til «ja takk».

Kristelig Folkeparti støtter forslaget om å gi forbruker- ne en rett til å si «nei takk» til alle gratisaviser. Det er vik- tig å understreke at retten til å si nei til gratisaviser skal utformes som en separat ordning. Det vil være mulig å si «nei takk» til uadressert reklame og samtidig beholde gra- tisavisene. Kristelig Folkeparti mener at forbrukerne bør ha rett til å takke nei til gratisaviser. Ingen skal påtvinges en avis de ikke ønsker.

En samlet forbrukerbevegelse har lenge gått inn for for- bud mot telefonsalg, og meningsmålinger viser at et stort flertall av befolkningen ønsker strengere reguleringer på området. Kristelig Folkeparti mener at Regjeringens for- slag ikke går langt nok, og at en spillevending av dagens reservasjonsrett bør innføres. Forbrukerne må si «ja takk»

til telefonreklame for at det skal være lovlig. Dette er etter Kristelig Folkepartis mening den beste løsningen, fordi ordningen beskytter forbrukeren samtidig som den åpner for markedsføring til forbrukere som ønsker det. Kristelig Folkeparti mener imidlertid at det må være et unntak for aviser og frivillige organisasjoner, fordi frivillig virksomhet har et samfunnsnyttig formål, og fordi avisene har en viktig samfunnsrolle.

Telefonmarkedsføring er en viktig del av avisenes og frivillige organisasjoners inntektsgrunnlag. Kristelig Folkeparti fremmer forslag om innføring av speilvending av reservasjonsordningen mot telefonmarkedsføring. Dessverre får vi i dag ikke støtte for vårt forslag. Vi stemmer derfor sekundært for Regjeringens forslag, som tross alt er et skritt i rett retning. Kristelig Folkeparti fremmer følgende forslag:

«Stortinget ber Regjeringen komme tilbake til Stortinget med forslag om endring av markedsføringsloven § 12 som speilvender dagens reservasjonsrett mot telefonmarkedsføring.»

Kristelig Folkeparti er i likhet med Venstre imot at forbudet mot tilgift oppheves. Det blir stadig vanligere med konkurranser og tilleggsgever i markedsføring, spesielt rettet mot barn, som lures til å kjøpe noe de i utgangspunktet ikke trenger eller ønsker. Vi mener at Norge i stedet for å liberalisere bør påvirke andre land sånn at barns forbrukervern ikke svekkes.

Det er bra at lovens bestemmelser tolkes strengere der markedsføring er rettet mot barn, og at dette nå lovfestes og synliggjøres. Kristelig Folkeparti registrerer at Barne- og likestillingsdepartementet mener det er for tidlig å ta stilling til forslaget om forbud mot kinoreklame på barneforestillinger.

Barn og unge utsettes daglig for et stadig økende kommersielt press. Kristelig Folkeparti mener det bør være reklamefrie soner, spesielt for de yngste barna. Kringkastingsloven beskytter barn mot reklame i norske tv- og radiostasjoner som har sine sendinger i Norge. Det er bra. På kino mener Kristelig Folkeparti at et reklameforbud på barneforestillinger må til for å redusere det kommersielle presset på barn og familier. Vi foreslår derfor følgende:

«Stortinget ber Regjeringen om å innføre et forbud mot visning av reklame i forbindelse med filmer for barn fra 7 år og nedover.»

Til slutt vil jeg ta opp dette forslaget og forslag nr. 5, fra Kristelig Folkeparti.

**Presidenten:** Representanten Bjørg Tørresdal har tatt opp de forslagene hun refererte til.

**Magnhild Eia (Sp) [12:40:24]:** I denne proposisjonen har Barne- og likestillingsdepartementet fremmet forslag til en ny lov om kontroll med markedsføring og avtalevilkår mv., som skal avløse gjeldende markedsføringslov.

Jeg vil først og fremst konsentrere meg om og kommentere paragrafene som omhandler utlevering av og reservasjon mot uadressert reklame og gratisaviser.

Senterpartiet har merket seg at flere høringsinstanser har tatt til orde for å speilvende «nei takk»-prinsippet til

at man skal måtte ha en lapp på postkassene som sier «ja takk» til reklame. Norges Naturvernforbund har gjennomført en særdeles vellykket e-postkampanje, og en rekke kommuner har sluttet seg til forslaget om å speilvende «nei takk»-ordningen, mange av dem enstemmig. Forklaringen er etter min mening at fokuset utelukkende har vært knyttet til miljøbelastningen det innebærer å motta uønsket reklame.

Senterpartiet kan imidlertid ikke avgrense vurderingen av ordningen til en ensidig vektlegging av ett argument – et argument for miljøet som vi i tillegg vil bestride effekten av. Vi mener det er vesentlig å balansere ulike hensyn for å avgjøre hva som til slutt vil gagne forbrukerne mest.

Forslaget om speilvending har også blitt kraftig imøtegått av næringsliv og næringsorganisasjoner, som frykter at dette vil gi avisene monopol i form av innstikkreklame og gjøre det umulig for små næringsdrivende, f.eks. en lokal Jokerbutikk, å komme ut med sin markedsføring i et geografisk begrenset område.

Senterpartiet er tydelig på at behovet for reklame ikke ville forsvinne selv om en speilvending til «ja takk» til reklame innføres. Markedskreftene er så sterke og så raske til å omstille seg at uadressert reklame raskt ville fylt avisene med enda tykkere innstikk enn det vi ser i dag. Det vil etter min mening være naivt å tro at så ikke ville skje. Selv med en relativt beskjeden reservasjon i dag, ser vi allerede tilløp til at store kjeder for sikkerhets skyld benytter seg av både uadressert reklame og innstikk for å sikre at reklamen når fram til de fleste.

Omsorgen for miljøet vil mye mer effektivt ivaretas gjennom reduksjon i forbruket generelt. For meg blir det et tankekors når jeg ser hva som blir kassert av fullt brukelige ting. Dette sier jeg med erfaring som styrerepresentant for et interkommunalt renovasjonsselskap. Min oppfordring vil være å starte i en ende der det er realistisk å få en større synlig miljøgevinst.

Etter en samlet vurdering av alle sider ved saken mener Senterpartiet at det vil være mest fornuftig å videreføre dagens ordning vedrørende uadressert reklame. Det innebærer ikke at vi ikke tar hensynet til miljøet på alvor. Vi legger vekt på at mulighetene for å reservere seg mot uadressert reklame skal gjøres så tilgjengelige, enkle og effektive som mulig. Dagens ordning er byråkratisk, velkjent og enkel å forholde seg til. Kommunene kan selv bidra til å redusere uønsket distribusjon av reklame gjennom ytterligere informasjonstiltak om «nei takk»-ordningen, og gjennom egen distribusjon av klistremerker.

Det er også påfallende at så mange kommunestyre enstemmig gikk inn for speilvending uten å stille spørsmål ved om alle sider av saken var belyst. Det opplever jeg faktisk som en demokratisk utfordring, sett i lys av det brede flertallet som stiller seg bak en videreføring av gjeldende praksis her i dag. Jeg har imidlertid forståelse for at forbrukere irriterer seg over de store mengder uønsket reklame som fyller opp postkassene, men svaret på dette er ikke en «ja takk til reklame»-ordning.

Det er videre positivt at departementet i tillegg foreslår å gi forbrukerne en rett til å si «nei takk» til alle typer gratisaviser, ved at markedsføringsloven utvides til å omfatte

publikasjoner med «en ikke ubetydelig andel redaksjonelt stoff». Retten til å si nei vil bli utformet som en separat ordning, og det vil være mulig å si «nei takk» til uadressert reklame og samtidig beholde gratisavisen. Som ved uadressert reklame vil et merke eller lignende på forbrukerens postkasse og/eller inngangsdør være en tilstrekkelig tilkjennegivelse av at vedkommende ikke ønsker gratisavis. Det er som kjent etter gjeldende regler ikke mulig å reservere seg mot gratisavisene, og mange forbrukere blir påtvunget produkter de ikke ønsker.

Til slutt vil jeg bare kort nevne den aggressive markedsføringen som barn og unge bombarderes med. Siden EØS-avtalen er til hinder for å bruke markedsføringsloven som virkemiddel for å stoppe uønsket reklame rettet mot denne gruppen, forventer jeg at departementet vil komme tilbake med forslag til reguleringer, f.eks. hjemlet i sektorlovgivningen under Kultur- og kirkedepartementet.

Sigvald Oppebøen Hansen hadde her teke over presidentplassen.

**Trine Skei Grande (V) [12:45:39]:** Når det gjelder markedsføringsloven, som vi har oppe til behandling her i dag, er det jo egentlig ganske bred enighet om de aller fleste tingene, men den store uenigheten syns jeg egentlig er ganske påfallende.

Senterpartiet, som mener at vettet er jevnt fordelt, mente at det var en demokratisk utfordring at det var kommunestyre som mente noe annet enn Regjeringa, og syns det er påfallende at de har tatt de standpunktene. Arbeiderpartiet uttrykker at det er fint at det er en politisk debatt, men de bryr seg ikke noe om hva alle sier.

100 kommuner, fra Oslo til Utsira, fra Lindesnes til Alta, sier at de vil ha en «ja takk»-ordning for de 85 000 tonnene med reklame som ryr inn i våre postkasser. Det er ingen ting verdt i denne salen. Det er en spørreundersøkelse som viser at 80 pst. er enten svært eller ganske positive til en slik ordning. Det er heller ingen ting verdt i denne salen.

Jeg kan skjønne at det fins argumenter for og imot både «ja takk»-ordninger og «nei takk»-ordninger, men jeg skjønner ikke hvorfor det finnes noen argumenter mot det forslaget som vi har lagt fram i denne saken, der det er snakk om å gi kommunene den makten kommunene har bedt om. Vi er ikke for en «ja takk»- eller en «nei takk»-ordning, men vi mener at det går an å delegerer den makten til kommunene. Grunnen er for det første det store kommunale engasjementet som har vært i denne saken. Det andre er at hvis en kommune skal bestemme, får kommunen muligheten til å se argumentene for og imot. Om dette har følger for postombæringen, får man vurdere de mulige følgene sjøl. For det lokale næringslivet er det også veldig forskjellig, ut fra om alternativet er et innstikk i Namdalsavisa eller Ytringen, eller om det er et innstikk i Aftenposten. Det er klart at det betyr forskjellige ting for det lokale næringslivet.

Det å tenke litt kreativt og prøve å delegerer makt lokalt innenfor markedsføringsloven, syns jeg Regjeringa kanskje hadde hatt godt av. Det er også påfallende

at partier som vanligvis er for lokaldemokratiet, syns at 100 kommuner er helt på styr.

Det rare er, syns vi i Venstre i hvert fall – og vi har når vi har vært rundt omkring i kommuner, tatt våre lokale folkevalgte på alvor – at en ofte har vært på lag med regjeringspartiene i denne saken, sjøl om vi har opplevd at det er både Fremskrittspartiet og SV som har fremmet forslag i kommunestyret. Men man bryr seg ingen ting om det når det kommer til denne salen.

Så til noen av de andre punktene. Det ene er tilgift. Da må jeg bare få bemerke til representanten Thommessen at det fins argumenter både for og imot EU. Det som gjør at man skal bli for medlemskap, er vel neppe tilgift. Likevel syns vi det er viktig å løfte denne loven. Grunnen til det er spesielt hensynet til barn og det presset som barn blir utsatt for. Vi mener også at sjøl om det er EU-direktiv på dette området, hadde det måttet gå an å jobbe for å få til en spesiell lovgivning når det gjelder barn. Derfor kommer vi til å stemme imot siste del av § 18. Det er presidentskapet orientert om.

Så er det gratisavisene. Det syns jeg åpner for et helt annet perspektiv. For det første er det en kamp for ytringsfriheten, altså retten til å ytre seg gjennom medier, sjøl om det er en gratisavis. Jeg mener at man lett kan regulere hva som skal være redaksjonelt stoff for at det skal kunne være en gratisavis. Men for meg er den saken ekstremt byfiendtlig. I Oslo er gratisavisene en veldig viktig del av folks rett til ytringer. Det er en veldig viktig del av det som faktisk lager lokalmiljøet i denne byen. Når det gjelder det at man mange steder får utlevert gratisavis som har hatt dårlig kvalitet, må jeg bare si at for de store byene er gratisavis en viktig del av ytringsfriheten, og det er også en viktig del av måten man bygger lokalmiljøet på. Derfor støtter Venstre Fremskrittspartiet og Høyre på det området, og ønsker å stemme i samsvar med det.

Med det vil jeg få lov å ta opp forslag på vegne av Kristelig Folkeparti og Venstre – det som er inntatt i innstillingen, og det som er omdelt i salen.

**Presidenten:** Representanten Trine Skei Grande har teke opp det forslaget ho refererte til.

**Statsråd Anniken Huitfeldt [12:50:44]:** Det er stor grad av tverrpolitisk enighet om forbrukerlovgivningen i Norge. Det er jeg glad for. Det viser også diskusjonen omkring denne saken.

I korthet betyr den nye markedsføringsloven at forbrukerbeskyttelsene styrkes, at barn og ungdom får et lovfestet og tydeligere vern, at det blir vanskeligere for useriøse å oppnå kortsiktig vinning ved å bryte loven, og håndhevingsmyndighetene får sterkere virkemidler til å gripe inn mot overtredelser. En viktig del av forslaget er jo gjennomføringen av EU-direktivet om urimelig handelspraksis. Det betyr at forbrukerne i hele EØS-området får samme beskyttelse, og at næringsdrivende kan forholde seg til ett felles regelverk.

Barn og unge opplever stadig økende markedsføringspress. Jeg er derfor glad for at vi nå lovfester gjeldende

praksis. Jeg har også merket meg at en samlet komité støtter dette.

Når det gjelder forslaget om ikke reklame på barnefilmer for dem under sju år, har jo Stortinget diskutert det ved flere anledninger og er kjent med at alternativet til reklame på kino er færre barnefilmer. Det tror jeg ikke på noen som helst slags måte tjener barns interesse i det kulturelle Norge.

Barn skal ha en spesiell beskyttelse, men vi støtter ikke forslagene om å forby tilgift. Grunnen til det er at det ved dagens lovgivning er omfattende grad av tilgift, men det er mange avgrensingsproblemer. Hvis man kjøper et prinsesseblad, er det altså lov å ha prinsesserelaterte tilgiftsartikler i dette prinsessebladet, og i et Donald-blad har man lov til å ha artikler som er knyttet til Donald-produktene. Det er i realiteten lov med prinsessehårspenner i prinsessebladene, skal man følge lovens bokstav, mens det tilsvarende ikke ville vært lov å ha de samme prinsessehårspennene i et Donald-blad. Dermed blir dagens lovgivning vanskelig å forstå for de næringsdrivende, og det er liten respekt for det regelverket som er. Derfor bringer vi nå regelverket mer i tråd med det som er praksis. Man har tilsvarende gitt opp dette forbudet i bl.a. Danmark og Sverige, uten at det har ført til nevneverdig store problemer for barna. Men det er viktig å lovfeste dagens strenge praksis likevel og bringe loven mer i samsvar med realitetene.

Når det gjelder forslaget om uadressert reklame, er vi opptatt av den enkeltes valgfrihet. Det blir litt uforståelig for meg hvorfor enkeltpersoner, etter forslaget fra Venstre, ikke skal ha lov til å reservere seg mot gratisaviser. Da har individet ingenting det skulle ha sagt; dette skal man måtte ta imot, uavhengig av hva man selv måtte mene, mens kommunene skal velge for deg når det gjelder annen type reklame. For meg er det vanskelig å se den prinsipielle linjen i dette standpunktet. Vi er opptatt av at forbrukerne selv skal få lov til å velge, både når det gjelder gratisaviser, og når det gjelder uadressert reklame, og at vi har to separate systemer på det som gir den enkelte større grad av valgfrihet over sin egen dørmatte, over sin egen postkasse.

Systemet i dag er jo veldig byråkratisk. 30 pst. benytter seg av ordningen. Den er veldig godt kjent. Man har også mulighet til f.eks. å sette opp «nei-takk»-klistremerke eller å skrive med sprittusj på postkassa, f.eks. i sommerferien. Man kan ta merket på og av, det er ingen begrensninger i den valgfriheten man har. Derfor er det også veldig mange som benytter seg av denne ordningen.

Vi er også opptatt av dette når det gjelder gratisavisene, for det er noen gratisaviser som heller mer i retning av å være rene reklameprodukter eller reklameaviser med noen få redaksjonelle artikler. Derfor mener vi det gir den enkelte større grad av valgfrihet å kunne reservere seg også mot den typen gratisaviser.

Reglene om telefonsalg og at man kan reservere seg mot dette, er ganske godt kjent. Derfor har 1,7 mill. forbrukere benyttet seg av reservasjonsregisteret. Det vi har sett, er at noen har misforstått hvordan reglene har vært. Man har reservert seg som enkeltperson, og så har det likevel blitt ringt hjem til fasttelefonen til kona, fordi kona ikke

har reservert seg. Nå innfører vi en ny regel som gjør at man kan reservere fastnummeret som sådant. Det mener vi gir bedre beskyttelse. I tillegg skal det være krav om at man ikke kan ringe etter kl. 21 om kvelden og heller ikke i helgen, og at man må samtykke i etterkant. Det er en del eldre mennesker som sier at de har følt seg lurte av en hyggelig telefonselger, og at de har akseptert et tilbud de egentlig ikke ønsker. Derfor ønsker vi nå å innføre en ordning hvor man gir samtykke før handelen er i boks, og det vil ikke minst gi god beskyttelse for veldig mange eldre forbrukere.

Jeg er glad for at Stortinget slutter seg til forslaget om ny markedsføringslov. Bruk av reklame er lovlig i nærings-sammenheng, men Regjeringen har med den nye loven først og fremst et ønske om å bidra til å styrke forbrukerinteressene. Ikke minst har det vært viktig for at særlig barn og unge skal skjermes mot villedende, utilbørlig og aggressiv reklame. Lovforslaget sikrer dette på en god måte.

**Presidenten:** Det blir replikkordskifte.

**Ulf Erik Knudsen (FrP) [12:56:33]:** Fra bransjehold har jeg fått spørsmål om jeg har kunnet si noe om når denne loven skal tre i kraft. Mitt spørsmål til statsråden er: Når kan man forvente å se denne loven satt ut i praksis?

**Statsråd Anniken Huitfeldt [12:56:54]:** Når Stortinget nå vedtar denne loven, skal vi utarbeide noen forslag til forskrifter. De trenger vi å sende på høring, for det er viktig å få innspill til hvordan dette skal praktiseres. Det er en viktig del av dette lovarbeidet. Så vi tar sikte på å gjennomføre disse lovene i løpet av våren.

**Presidenten:** Fleire har ikke bedt om ordet til replikk. Fleire har heller ikke bedt om ordet til sak nr. 1. (Votering, sjå side 77)

Sak nr. 2 [12:57:28]

*Innstilling fra familie- og kulturkomiteen om lov om endringer i pengespill- og lotterilovgivningen (betalingsformidling m.m.) (Innst. O. nr. 19 (2008–2009), jf. Ot.prp. nr. 80 (2007–2008))*

**Presidenten:** Etter ønske frå familie- og kulturkomiteen vil presidenten foreslå at taletida blir avgrensa til 5 minutt til kvar gruppe og 5 minutt til statsråden.

Vidare vil presidenten foreslå at det blir gjeve høve til fem replikkar med svar etter innlegg frå medlemmer av Regjeringa innanfor den fordelte taletida.

Vidare vil presidenten foreslå at dei som måtte teikne seg på talarlista utover den fordelte taletida, får ei taletid på inntil 3 minutt.

– Det er å sjå på som vedteke.

**Magnhild Eia (Sp) [12:58:29]** (ordfører for saken): Pengespill er forbudt i Norge med mindre det er tillatt i

henhold til norsk lov eller individuell tillatelse. En rekke typer interaktive og andre utenlandske fjernspill er tilgjengelige i Norge. Anslagsvis ca. 2 500 nettstedet tilbyr ulike former for pengespill og lotterier.

Basert på ulike undersøkelser regner en med at mellom 50 000 og 70 000 nordmenn har eller har hatt pengespillproblemer knyttet til ett eller flere pengespill. Dette bakteppet har aktualisert et behov for å tilpasse loven bedre til den teknologiske utviklingen som har skjedd på pengespillområdet de siste årene. Jeg er derfor glad for det initiativet Regjeringen har tatt på dette området.

En rekke land har innført tiltak for å begrense uheldige konsekvenser av elektronisk formidlede pengespill, men så langt har det ikke funnet sted noen harmonisering av lotteri- og pengespillfeltet innen EØS/EU-området.

Derimot er det gitt direktiver om hvitvasking som må gjennomføres av de enkelte medlemsland, inkludert Norge. Disse internasjonale anbefalingene og forpliktelsene anses imidlertid ikke å være tilstrekkelige eller til hinder for at norske myndigheter sikrer at en så stor andel som mulig av pengespillaktiviteten som skjer i Norge, er kontrollert av norske myndigheter.

Omfanget av utenlandske fjernspill uten norsk tillatelse eller kontroll utgjør en betydelig og økende andel av markedet for pengespill i Norge. Vi ser med bekymring på at risiko- og problemspillere trolig står for mer enn halvparten av innsatsen på internettspill, og at det er indiksjoner på at problemskapende bruk er økende i tilknytning til internettfremmede pengespill uten norsk tillatelse.

Elektronisk betalingsformidling og gevinstutbetaling er en viktig forutsetning for gjennomføringen av slike fjernspill. Selv om det innføres restriksjoner på betalingsformidling, er komiteen innforstått med at det fortsatt vil være smutthull, f.eks. ved at betaling skjer over utenlandske konti. Det er likevel sannsynliggjort at lovreguleringen vil begrense pengespilltilbydernes aktivitet overfor det norske markedet, og at forbudet først og fremst vil bidra til å forebygge rekruttering av nye spillere.

Etter en samlet vurdering mener komiteens flertall, medlemmene fra Arbeiderpartiet, Kristelig Folkeparti, Sosialistisk Venstreparti og Senterpartiet, at tiltakene i proposisjonen vil omfatte en vesentlig del av betalingsformidlingen hvor en har mulighet til å identifisere betalingen som betaling for pengespill. Det er også positivt at departementet vil arbeide videre med spørsmålet om hvordan andre betalingsformer kan identifiseres ved betaling for pengespill.

Det samme flertallet mener det er tvilsomt om det norske markedet er stort nok for en rekke nye pengespilltilbud. Dersom vi skal unngå igjen å nærme oss den uheldig høye omsetningen vi hadde med de private gevinstautomatene, er det grunn til å spørre hvor mange spilltillatelser med høy omsetning vi bør tillate. Et marked med mange aktører skaper også en konkurranse og dynamikk som stadig skaper press om endring av rammevilkårene i mer liberal retning for at alle skal «greie seg» og krever et svært omfattende kontrollapparat.

I så måte vil et system med lisens til enkelte selskaper slik Fremskrittspartiet, Høyre og Venstre ønsker, ikke løse

problemene med spill på nett. Et lisenssystem hvor norske og utenlandske aktører får anledning til å tilby pengespill via Internett rettet mot det norske markedet, vil ikke hindre tilgangen til andre internettfremmede pengespill tilbudt på grunnlag av reguleringen i andre land. Om et selskap får lisens til å tilby pengespill via Internett, med krav om bl.a. å bruke en andel av overskuddet til samfunnsnyttige formål og med streng spillovervåking, vil ikke det hindre nordmenn fra å benytte f.eks. Unibets internettspilltilbud, og med høyere gevinstandel, fordi overskuddet kun går til drift av spillskapet. Selskap som har fått tildelt britisk lisens, har likevel opprettholdt spilltilbud via lisenser fra andre land.

En tredje mulighet for regulering innebærer blokkering av IP-adresser som tilbyr pengespill via Internett. Flertallet i Datakrimutvalget tilrår ikke å lovfeste en hjemmel for blokkering av internettsider med ulovlig innhold etter straffeloven. Blokkering av innhold på Internett reiser særskilte spørsmål i forhold til vernet av ytrings- og informasjonsfriheten.

Teknologirådet peker også på at filtrering av utenlandske nettsider med pengespill uansett vil være en lite effektiv reguleringsmekanisme. Spilltilbydere kan enkelt omgå filtrering ved å endre adresser eller tilby proxy-løsninger. Slike finnes fritt tilgjengelig på Internett og krever liten datakompetanse.

Det er etablert prosedyrer i EU/EØS-området for å avdekke, og eventuelt fjerne, innhold som er uønsket av og direkte rettet mot et annet medlemsland. Senterpartiet er derfor særlig fornøyd med at departementet allerede er i dialog med britiske myndigheter for å iverksette tiltak som forhindrer gamblingsselskaper å henvende seg til det norske markedet via tv-sendt reklame.

Flertallet i komiteen mener det er behov for å presisere pengespill- og lotterilovgivningen som foreslått.

Senterpartiet er ydmyke stilt overfor den raske teknologiske utviklingen på pengespillområdet. Denne vil fortsatt utfordre norsk lovgivning på området, og det vil måtte være en kontinuerlig prosess å vurdere nye tilpasninger for å tette smutthullene i lovverket.

Jeg anbefaler komiteens innstilling.

**Karin S. Woldseth (FrP) [13:04:11]:** Ved en inkurie har både Fremskrittspartiet og Venstre blitt stående inne på en merknad i saken som vi ikke skulle vært inne på, men når man leser hele saken, kan det ikke være tvil om hva vi mener.

Vi har problemer med å forstå at regjeringspartiene vil regulere oss i hjel for å hindre konkurranse mot Norsk Tipping. Det som er enda vanskeligere å forstå, er at man bruker en svært liten gruppe spillavhengige som argument for å gjøre dette. Denne retorikken er for lengst avslørt, og jeg skulle ønske at Regjeringen nå snart var ærlige nok til å si: Vi ønsker å forby nettspill og å sensurere Internett fordi vi ønsker å styre pengene til «det gode formål». – Men det kommer vi neppe til å få høre, for så modig er nok ikke engang statsråd Giske.

Det denne regjeringen nå faktisk gjør, er å gripe inn i den private økonomien til hver enkelt norsk borger som



spiller på utenlandske nettspill. Begrunnelsen fra Regjeringen er selvsagt at man blir utsatt for svært aggressive spill, og at de utenlandske skurkene som sitter i den andre enden av nettet, er der for å flå deg. Og det er bare Regjeringen som kan verne deg mot det – og verne deg mot deg selv. Sånn er det heldigvis ikke, for de fleste av oss tar ansvar for egne handlinger. At det er et og annet skrekkens eksempel, kan så være, men det er støtteapparatet som svikter. Hadde ikke støtteapparatet sviktet, hadde disse sakene vært oppdaget lenge før.

VG hadde sist søndag et oppslag om en ny rapport fra SINTEF – for Lotteritilsynet. Denne rapporten avslører at antallet spillavhengige er like høyt nå som før automatforbudet, ca. 30 000. Av de som er spillavhengige, oppgir 41 pst. at de har spill på hest eller spill fra Norsk Tipping som sitt viktigste spill. 40 pst. – altså 1 pst. mindre – oppgir uregulerte spill på Internett som sitt viktigste spill. Så hva viser dette oss? – At det innførte monopolet for Norsk Tipping ikke har ført noe godt med seg? Når det nå skal settes ut igjen såkalte snille automater fra Norsk Tipping, vil jeg anta at prosenten fort kan bli høyere enn 41 pst. Skal man da avvike Norsk Tipping?

Grunnen til at jeg tar dette opp, er at de tallene som statsråden viser til i proposisjonen, ikke stemmer med det SINTEF skriver i sin rapport. Altså legger man feil forutsetninger til grunn, og da kan man lure på hva som er årsaken til det. At Norsk Tipping ikke liker konkurranse er vel kjent, og at statsråden skal få store problemer med å få inn nok penger til fordeling til frivillige lag og organisasjoner er noe som har ligget i kortene lenge. Men det kan synes som om man nå skal legge seg på den samme linjen som Kina, og forby internettspill. Statsråden snakker om spillavhengige, men det er helt i orden å ilegge spillavhengige bot. Man skulle vel tro at disse hadde andre problemer, om de ikke også skulle få en økonomisk smell av staten hvis de spiller på Internett.

Vi lever i 2008, og et forbud mot andre nettspill enn de Norsk Tipping har, vil nok for svært mange brukere av Internett bli sett på som sensur. Hva blir det neste? Kanskje blir det slik at vi bare får lov å ta ut 2 000 kroner i kontanter hver måned, og resten av tiden skal vi handle med kort, slik at staten kan se hva pengene våre brukes til? Eller skal man forby handling på nettet av varer som ikke kommer fra Norge? Det finnes utrolig mange muligheter, og vi er skeptiske til at staten skal legge seg opp i hva vi bruker pengene våre på, enten det er på nett eller i butikk. Som den gode liberalist jeg er, vil jeg stemme imot enhver form for sensur.

Jeg tar opp forslaget som vi har fremmet.

**Presidenten:** Representanten Karin S. Woldseth har teke opp det forslaget ho refererte til.

**Olemic Thommessen (H) [13:09:02]:** Høyre støtter opp under en restriktiv spillpolitikk som bygger på de sterke sosialpolitiske aspektene spillproblematikken innebærer.

Men i dagens samfunn er ikke forbudslinjen noen vei å gå. Særlig gjelder dette nettbaserte spill, som uavhengig

av norsk jurisdiksjon vil kunne være godt tilgjengelig for norske spillere.

Dagens sak bygger på at tekniske betalingsrestriksjoner skal kunne underbygge et forbud gjennom å ramme betalingen og dermed i praksis gjøre det umulig å delta i pengespill på nett. Fra Høyres side har vi merket oss at meget kompetente miljøer har uttrykt stor skepsis til om slike betalingsrestriksjoner vil være mulig å gjennomføre. Mange har spådd at her vil det gå sport i å lage snedige omgåelser. Angivelig skal det heller ikke være særlig vanskelig å gjøre det.

I lys av at nettspill har økt dramatisk tror vi derfor det er et mer effektivt grep at innføringen av betalingsrestriksjoner kombineres med at man åpner for nettspill med utgangspunkt i Norge. Resonnementet følger den tankegangen vi legger til grunn også i andre spillsammenhenger, f.eks. i forhold til automatene, nemlig at det er bedre å ha et tilbud innenfor kontrollerbare rammer enn å kjøre en forbudslinje som antakelig vil være vanskelig å håndheve. Ikke minst vil dette gjelde nettopp dem som er i et avhengighetsforhold eller er i faresonen for å komme i et avhengighetsforhold.

Betalingsrestriksjoner uten et norsk tilbud tror vi vil være som å sende en invitasjon til alle landets datanerder om å komme opp med lure oppskrifter på omgåelser, og det er en invitasjon som vi er temmelig sikre på vil bli mottatt med stor entusiasme.

Kombinert med tilgjengelighet av norske nettspill er det derimot god grunn til å tro at innføring av betalingsrestriksjoner vil kunne fungere vesentlig bedre, særlig i forhold til rekruttering av nye spillere til aggressive spill. Terskelen for å søke ulovlige omveier vil bli høyere. Man vil få mindre grunn til å legge energi i det, og mindre grunn til å stille seg i en situasjon hvor man gjør noe ulovlig.

Med dette som utgangspunkt støtter vi Regjeringens forslag, men fremmer i tillegg et eget forslag om å innføre lisenser for pengespill på Internett. Vi er i denne sammenheng åpen for forslag til hvordan slike ordninger kan utformes, slik at vi ivaretar statlig kontroll, norske formål og de sosialpolitiske hensyn som norsk spillpolitikk forhåpentlig også i fremtiden skal basere seg på.

**Björg Tørresdal (KrF) [13:12:21]:** Allerede i 2006 lanserte Kristelig Folkeparti muligheten for å forby kort-selskapene å formidle transaksjoner til nettgamblingsselskaper. «En slik lov vil ikke gjøre nettspill umulig, men den vil øke terskelen betydelig», heter det i Dokument nr. 8:91 for 2005–2006.

Jeg er glad for at Regjeringen følger etter og tar tak i dette. Kristelig Folkeparti støtter selvsagt forslaget vi har til behandling i dag. Og i merknadene til innstillingen står vi i hovedsak sammen med regjeringspartiene.

Internettgambling er krevende å regulere. Det er mange hensyn som må veies både med hensyn til personvern, internasjonalt regelverk og ytringsfrihet. Jeg tror de fleste av oss ønsker å få bukt med de uønskede konsekvensene av internettgambling. Utfordringen er å finne de riktige virkemidlene. Restriksjoner på betalingsformidling er ett av flere tiltak som kan gi effekt. Ikke minst vil det være vik-

tig for å dempe nyrekrutteringen. Så vet vi at det finnes smutthull. Blant annet kan forbudet omgås ved at betaling skjer via utenlandske konti. Derfor trengs det flere tiltak som samlet kan bidra til at Norge blir et mindre attraktivt marked for spillsselskapene.

En mulighet er å innføre et system for sperring av gamblingsselskapenes nettsider. Liknende tiltak er innført i andre land. Jeg tror Regjeringen gjør klokt i å se nærmere på hvilke erfaringer man har med dette i andre land, deriblant i Tyskland.

I Frankrike er internettleverandørene pålagt å advare kunder mot ulovlige pengespilltilbud når de oppsøker internettsteder som tilbyr pengespill. Også dette er et tiltak som bør vurderes her hjemme.

Jeg tror det er mange som irriterer seg over at gamblingsselskapene fritt kan reklamere for sine produkter på norske tv-skjermer. Det norske markedsføringsforbudet uthules ved at reklamen sendes fra utlandet i sendinger som er direkte rettet mot Norge. Men nettopp fordi dette er sendinger som er direkte rettet mot Norge, har norske myndigheter et handlingsrom. Jeg vet at statsråden har et arbeid på gang her. Det er etablert prosedyrer i EU- og EØS-området som nettopp har til hensikt å fjerne uønsket innhold i sendinger som er direkte rettet mot et annet land. Jeg vil oppfordre statsråden til å sette fullt trykk på dette arbeidet. Vi kan ikke ha det slik at gamblingsselskapene kan boltre seg fritt på norske tv-skjermer.

Når det gjelder forslaget fra Fremskrittspartiet, Høyre og Venstre om et lisenssystem, ser jeg ikke at dette kan ha noen som helst effekt, ut fra det vi faktisk ønsker å oppnå. Selskapene vil uansett operere fra utlandet, slik de gjør i dag.

Forslaget fra Regjeringen er et godt forslag. Jeg håper at det følges opp av flere.

Spilleavhengighet er en stor belastning for dem som rammes, og for deres pårørende. Nå ser vi at spillemønsteret har endret seg. Internettspill er en bransje i vekst. Her må vi være i forkant. Enkeltvis tiltak er bra. Men skal vi hindre de sosialpolitiske konsekvensene av pengespill på Internett, må flere tiltak vurderes. Vi må gjøre Norge til et mindre attraktivt marked, og vi må for all del forebygge rekruttering av nye spillere.

**Trine Skei Grande (V) [13:16:15]:** Det å spille spill er for de aller, aller fleste gøy. For noen få er det et problem. Derfor er det Venstres holdning at de tingene i livet som faller inn under kategorien «for de fleste gøy, for noen et problem», bør reguleres av staten på en måte som hindrer at noen får problemer.

Det fins i dag egentlig to måter å gripe inn teknisk på når det gjelder spill på nettet. Den ene er å legge inn et filter à la barnepornofilteret, som fungerer ganske godt mot barneporno, men som er så lett å omgå – man kan omgå det såpass enkelt fra en pc at jeg nesten klarer det. Så det ville ikke ha fungert særlig godt overfor nettpilltilbydere. Den andre måten er en MCC-blokkering, som statsråden foreslår. Det har to svakheter. Den ene svakheten er at det er enkelt å opprette en konto fra et land der det er greit å foreta slike betalinger. Den andre er at det alltid er tilbyderen sjøl som registrerer MCC-kontoen. Det betyr at

det er den som oppretter spillsselskapet, som sjøl bestemmer om det skal registreres som et spillsselskap – eller om det skal registreres som en restaurant på Malta. Og blir det registrert som en restaurant på Malta, vil et norsk kort kunne fungere akkurat like godt som ethvert annet kort. Det betyr at det først og fremst er de useriøse spilltilbydere på nettet som tar slike grep, og som er de som lett kommer igjennom med et slikt tilbud.

Vi har lagt fram et forslag i dag som jeg egentlig hadde håpet at flere hadde lukket på. Det dreier seg om en kombinasjon av det å ha et lisenssystem der en lager noen spill som det er lov å tilby på nettet, som oppfyller norske krav til reguleringer og norske krav om avkastning til frivilligheten, det å ha en betalingsformidling og det å ha et filter à la barnepornofilteret. Hvis en hadde kombinert disse tiltakene, hadde man fått penset nettpillene over på de spillene som var lett tilgjengelige, som var trygge, og som man kunne bruke norske kort på. Da hadde man hatt muligheten til å etablere et norsk spillmarked på nettet, i en kombinasjon av pisk og gulrot. Da hadde man kunnet få seriøse tilbydere, som hadde passet på at man ikke hadde fått de store tapene som vi ser hos de internasjonale tilbyderne, og man hadde gjort det mulig for dem som ønsker å spille noen morsomme spill på nettet, å gjøre nettopp det. Det tror jeg hadde vært en mye mer offensiv måte å gjøre dette på. Og det hadde ført til at vi hadde beholdt gledene og begrenset sorgene.

Jeg er redd for at hvis man nå gjør bare dette grepet, vil det føre til at alle som spiller på nett, finner omveiene, enten til spilltilbydere med andre MCC-koder eller ved at man oppretter en konto i utlandet. Og da har norsk frivillighet mistet disse spillerne for alltid. Derfor vil Høyre og Venstre i dag stemme for loven, men mot ikrafttredelsestidspunktet for den, fordi vi mener det er meningsløst å iverksette bare den alene. Det hadde gitt mening bare hvis dette hadde vært i kombinasjon med andre tiltak og med et lisenssystem for norske tilbydere på nettet.

**Statsråd Trond Giske [13:20:07]:** Både den siste befolkningsundersøkelsen fra SINTEF Helse og samtalestatistikken fra Hjelpelinjen viser at internettformidlede pengespill, spesielt internettpoker, nå utgjør hovedproblemet for dem som har problemer med spill. Det er viktig at vi gjør det vi kan for å forebygge og begrense pengespillproblemer. All erfaring fra spillfeltet tilsier at det er på de uregulerte spillene de største problemene oppstår, fordi de ofte er konstruert slik at folk skal bli avhengige, så selskapene bak spillene tjener mest mulig penger. Jeg er derfor glad for at vi får på plass en lovgivning som kan forebygge og begrense de problemene slike spill skaper. Denne loven vil styrke effekten av de formidlingsforbudene mot pengespill uten norsk tillatelse som vi allerede har, samtidig som den er tilpasset den internasjonale utviklingen, med stadig mer elektronisk formidling av pengespill. Jeg er også glad for at et overveldende flertall i komiteen er positivt til ulik regulering av dette tilbudet.

Et mindretall i komiteen, bestående av Fremskrittspartiet, Høyre og Venstre, foreslår å be Regjeringen legge fram en sak om innføring av et lisenssystem for penge-

spill på Internett. Medlemmene fra Høyre og Venstre stiller et slikt lisenssystem som vilkår for å støtte forslaget om betalingsrestriksjoner. Et norsk lisenssystem kan i teorien ha en kanaliseringseffekt, ved at norske spillere velger norskregulerte pengespill på Internett framfor pengespill uten norsk tillatelse. Imidlertid viser erfaringer fra Sverige at selv om Svenska Spels internettpokertilbud har slått bra an blant svenskene, har ikke svenskene sluttet å benytte seg av utenlandske internettpilltilbud av den grunn. Da vi i Norge for noen år siden gav en tillatelse til regulerte interaktive internettpill, kom det raskt krav om mer liberale rammevilkår, ellers ville det ikke være mulig å tilby slike spill med lønnsomhet. De endringene bransjen ønsket seg, var ikke forenlige med ønsket om et moderat og trygt pengespilltilbud, og tillatelsen ble derfor ikke fornyet. Hvis man ønsker å utvikle et internettpilltilbud, forstår jeg heller ikke hvorfor det må gjøres i form av et lisenssystem. Man kan jo ganske enkelt pålegge Norsk Tipping å utvikle slike spilltilbud, dersom det er det man ønsker.

Flere nye pengespill vil også gjøre at det spilles for mer penger enn i dag. Etter at vi fjernet spilleautomatene, er omsetningen i det regulerte pengespillmarkedet nå tilbake på 2001-nivå. En slik nedgang var målet da Stortinget i 2003 vedtok automatereformen. Jeg er skeptisk til å åpne for nye typer pengespilltilbud nå, på grunn av de mulige pengespillproblemene som kan følge med. Vår restriktive holdning er dessuten i tråd med den handlingsplanen mot pengespillproblemer som Høyre og Venstre var med og vedtok i Bondevik II-regjeringen i 2005. I denne handlingsplanen står det:

«På bakgrunn av målsetningen om en restriktiv pengespillpolitikk i forhold til tilgjengelighet, bør eventuelle tillatelser til nye former for pengespilltilbud som følge av ny teknologi eller lignende, følges av innskrenkninger i tilbudet av andre pengespill, med mindre en har god kontroll med at pengespillproblemene ikke vil øke ved innføringen.»

Et annet mindretall, bestående av Kristelig Folkeparti, mener det er svært uheldig at gamblingselskaper kan reklamere for pengespill på tv-kanaler som retter seg mot Norge. Det er jeg helt enig i. Tv-sendinger reguleres gjennom EU-/EØS-avtalen av det såkalte TV-direktivet, som fastslår at tv-sendinger skal følge reglene i det landet de sendes fra. Nå er det kommet et nytt direktiv om audiovisuelle medietjenester som skal avløse TV-direktivet.

Norge tar opp denne problematikken i møter med EU om det nye direktivet, og jobber for å få unntak og tilpasninger til norsk lovgivning når direktivet skal innlemmes. Jeg har også vært i møter med min britiske kulturministerkollega for å se om det er noe i det britiske regelverket som kan hindre tv-kanaler som sender fra Storbritannia, å reklamere for slike spill. Vi skal se nærmere på det. Jeg kan forsikre om at vi tar i bruk de virkemidler vi kan, for å hindre tv-reklame for ulovlige pengespill i kanaler som er rettet mot Norge som åpenbar målgruppe.

Jeg er glad for at hele komiteen ser utfordringen med uregulerte spill, og at vi gjennom denne odelstingsproposisjonen kan få et enda bedre lovverk for å hindre problemene med slike spill i framtiden.

Jeg er også glad for at det ser ut til at en samlet komité, med unntak av Fremskrittspartiet, ser at spillavhengighetsproblemer er et alvorlig problem i vårt samfunn, og det rammer hardt dem som rammes. Vi andre bør være solidariske med spillavhengige ved å gi avkall på noen av de frihetene som et uregulert marked vil gi.

**Presidenten:** Det blir replikkordskifte.

**Karin S. Woldseth (FrP) [13:24:47]:** Overskriften i søndagens VG var at Norsk Tipping og Rikstoto har flest spillegale. Leser man artikkelen, som baserer seg på undersøkelser SINTEF har gjort for Lotteritilsynet, står det, som statsråden riktig sa, at nettpoker utgjør den største gruppen med 24 pst., og at Oddsen fra Norsk Tipping utgjør 20 pst.

Ser ikke statsråden at Norsk Tipping har et problem, og at man kanskje må se på Oddsen også? Ved at man lisensierer andre nettpill, kan man få inntekter til gode formål ved det – og kanskje fjerne Oddsen, som åpenbart er et problemspill.

**Statsråd Trond Giske [13:25:39]:** Det er all grunn til kontinuerlig også å følge med på Norsk Tippings spillportefølje for å se om den skaper problemer. Vi vet også at hestespill kan være medvirkende. Så vi må være bevisst på de reguleringene vi har i Norge. Men det å slippe til flere, skaper nye problemer, det løser ingen gamle.

Spesielt kan man se for seg et system hvor man lisensierer utenlandske spillingselskaper med lovlige tilbud i Norge. Det vil være ganske enkelt for disse spillingselskapene gjennom sine portaler på nettet i Norge å rekruttere spillere til sine utenlandske tilbud, som ofte vil ha høyere premier og kanskje også bedre odds.

Jeg tror at den måten vi griper det an på her, ved å ha Norsk Tipping som det selskapet som vi direkte kontrollerer, direkte kan gripe inn i, direkte kan forandre spilltilbudet hos, er den beste måten å kombinere både spilleglede, frivillige inntekter og ansvarlig spillpolitikk på.

**Trine Skei Grande (V) [13:26:49]:** Statsråden sa i sitt innlegg at ingen vil stoppe å spille på de ikke-lisensierte spillene sjøl om man har en lisensordning. Det er jeg enig med ham i. Men tror han at alle nå vil slutte å spille på de ikke-lisensierte spillene med denne regelen? Tror statsråden at den vil virke så sterkt som han tydeligvis har tillit til, eller tror han at han nå gir fra seg en enorm sjanse til å kanalisere norske spillere over til andre spill ved å kombinere både pisk og gulrot?

**Statsråd Trond Giske [13:27:26]:** Jeg tror ikke denne loven løser alle problemer. Jeg tror vi må se i øynene at vi kommer til å leve med spilleavhengighetsproblemer også i framtiden, spesielt knyttet til utenlandske spill.

Jeg tror verken representanten Skei Grande eller jeg ønsker å gjennomføre alle de tiltakene som skal til, hvis vi hundre prosent effektivt skal stenge muligheten for norske borgere til å oppnå kontakt med disse utenlandske spillene.

Det jeg tror denne reguleringen kan bidra til, er å dempe rekrutteringen, og at det blir litt vanskeligere for folk tilfeldig eller ikke så tilfeldig, men ganske lett, å komme i kontakt med de utenlandske spillseleksjonene og begynne å bruke dem fra sin egen konto. Det må være litt mer avansert – kanskje man må opprette kontoer i utlandet, bruke omgivelser. Forhåpentligvis vil det avskjerme en del av rekrutteringen.

Selvsagt vil et lisensiert spill eller et tilbud om norsk internettpill fra Norsk Tipping skape større inntekter og større omsetning, men foreløpig er vurderingen at det også vil skape så store spillavhengighetsproblemer at vi ikke har ønsket å gå den veien.

**Karin S. Woldseth (FrP) [13:28:35]:** Jeg registrerer at statsråden ikke svarer på spørsmålet mitt om Oddsen som et viktig spill for spillavhengige. Når statsråden sier at nettpoker er det største problemet, og at man skal dette til livs, er det ganske enkelt for oss som har litt referanser til Norsk Tipping, å tenke seg at Norsk Tipping nå kanskje også vil komme med et nettpokerspill. Jeg kunne tenke meg igjen å spørre statsråden: Vil statsråden gjøre noe med Oddsen? Og spørsmål nr. 2: Kommer det et nettpokerspill fra Norsk Tipping?

**Statsråd Trond Giske [13:29:16]:** Vi er klar over at Oddsen er et av de spillene som oppgis som et problem av en del innringere til Hjelpelinjen, så vi følger med på Oddsen. Vi vil aldri komme helt ned til null henvendelser på Hjelpelinjen. Jeg tror til og med at det har vært en telefon som dreide seg om problemer knyttet til Lotto.

Nå er det ikke sikkert at de telefonene betyr at det er disse spillene som er primærproblemet. Ofte er det jo slik at spillere som er avhengige av én type spill, også bruker de andre spillene. De har dermed problemet sitt knyttet til flere spill, selv om kilden for spillavhengigheten er knyttet til ett spill.

Verken den forrige regjeringen eller vi har lagt opp til noen endringer i Oddsen, men vi følger med på utviklingen. Vi har pr. i dag ingen planer om å utvikle et nettpokertilbud i Norsk Tippings spillportefølje.

**Presidenten:** Replikordskiftet er slutt.  
Fleire har ikkje bedt om ordet til sak nr. 2.  
(Votering, sjå side 86)

Etter at det var ringt til votering sa  
**presidenten:** Odelstinget går da til votering i sakene nr. 1 og 2.

#### *Votering i sak nr. 1*

**Presidenten:** Under debatten er det sett fram seks forslag. Det er

- forslaga nr. 1 og 2, frå Ulf Erik Knudsen på vegner av Framstegspartiet, Høgre og Venstre
- forslaga nr. 3 og 6, frå Trine Skei Grande på vegner av Kristeleg Folkeparti og Venstre

- forslaga nr. 4 og 5, frå Bjørg Tørresdal på vegner av Kristeleg Folkeparti

Forslaga nr. 1–4 er tekne inn i innstillinga, mens forslaga nr. 3 og 6 er omdelt på representantane sine plassar i salen.

Forslag nr. 3 lyder:

«Stortinget ber Regjeringen komme tilbake til Stortinget med et forslag om en endring av markedsføringsloven § 12 som åpner for at kommunene lokalt kan bestemme at dagens reservasjonsordning «speilvendes» fra «nei-takk» til «ja-takk» til markedsføring ved uadressert post.»

Forslag nr. 4 lyder:

«Stortinget ber Regjeringen om å innføre et forbud mot visning av reklame i forbindelse med filmer for barn fra 7 år og nedover.»

Forslag nr. 5 lyder:

«Stortinget ber Regjeringen komme tilbake til Stortinget med forslag om endring av markedsføringsloven § 12 som speilvender dagens reservasjonsrett mot telefonmarkedsføring.»

Desse forslaga blir i samsvar med forretningsordenens § 30 fjerde ledd å sende Stortinget.

Det blir først votert over forslag nr. 6, frå Kristeleg Folkeparti og Venstre. Forslaget lyder:

«I lov om kontroll med markedsføring og avtalevilkår m.v. gjøres følgende endringer: § 17 nytt tredje ledd skal lyde:

«En kommune kan bestemme at det innenfor kommunegrensen skal være forbudt i næringsvirksomhet å levere ut eller gi en formidler i oppdrag å levere ut uadressert reklame til andre enn forbrukere som klart har tilkjennegitt at de ønsker å motta slik reklame.»

#### *Votering:*

Forslaget frå Venstre blei med 62 mot 11 røyster ikkje vedteke.

(Voteringsutskrift kl. 13.37.19)

**Presidenten:** Det blir så votert over forslag nr. 2, frå Framstegspartiet, Høgre og Venstre. Forslaget lyder:

«I angrerettloven § 10a fjerde ledd skal ny bokstav c lyde:

- c) Salg av abonnement på magasiner og ukeblad.»

#### *Votering:*

Forslaget frå Framstegspartiet, Høgre og Venstre blei med 45 mot 27 stemmer ikkje vedteke.

(Voteringsutskrift kl. 13.37.44)

Komiteen hadde rådd Odelstinget til å gjere slikt vedtak til

Lov  
om kontroll med markedsføring  
og avtalevilkår mv. (markedsføringsloven)

### Kapittel 1 Alminnelige bestemmelser

#### § 1 Hva loven gjelder

Loven gjelder kontroll med markedsføring, handelspraksis og avtalevilkår i forbrukerforhold og stiller krav til god forretningsskikk mellom næringsdrivende.

#### § 2 God markedsføringskikk mv.

Markedsføring må ikke stride mot god markedsføringskikk. Ved vurderingen legges det vekt på om markedsføringen krenker allmenne etikk- og moraloppfatninger, eller om det tas i bruk støtende virkemidler.

Annonsør og den som utformer reklame, skal sørge for at reklamen ikke er i strid med likeverdet mellom kjønnene, og at den ikke utnytter det ene kjønns kropp eller gir inntrykk av en støtende eller nedsettende vurdering av kvinne eller mann.

Ved vurderingen av om første eller annet ledd er overtrådt, legges det vekt på om markedsføringen, på grunn av utforming, format, omfang eller andre virkemidler, fremstår som særlig påtrengende.

#### § 3 Presentasjon og dokumentasjon av markedsføring

Markedsføring skal utformes og presenteres slik at den tydelig framstår som markedsføring.

Påstander i markedsføring om faktiske forhold, herunder om ytelsers egenskaper eller virkning, skal kunne dokumenteres. Dokumentasjonen skal foreligge på annonsørens hånd når markedsføringen skjer.

#### § 4 Lovens stedlige virkeområde

Loven gjelder for handlinger og vilkår som er rettet mot forbrukere eller næringsdrivende her i riket, med de begrensninger som følger av annen lovgivning.

Med unntak av kapittel 6 gjelder loven også for handlinger og vilkår som har virkning i utlandet, når de er ulovlige også etter lovgivningen i landet der de har virkning.

Kongen kan ved forskrift bestemme om og i hvilken utstrekning loven skal gjelde for Svalbard og Jan Mayen.

#### § 5 Definisjoner

I denne lov menes med

- a) *forbruker*: en fysisk person som ikke hovedsakelig handler som ledd i næringsvirksomhet,
- b) *næringsdrivende*: en fysisk eller juridisk person som utøver næringsvirksomhet, og enhver som handler i vedkommendes navn eller på vedkommendes vegne,
- c) *ytelse*: vare, tjeneste, fast eiendom, rettigheter og forpliktelser,
- d) *handelspraksis*: enhver handling, utelatelse, atferd eller framstilling, kommersiell kommunikasjon, herunder reklame og markedsføring, fra en næringsdrivendes side, som er direkte knyttet til å fremme salget av, selge eller levere en ytelse til forbrukerne,
- e) *garanti*: enhver forpliktelse som den næringsdrivende har påtatt seg overfor forbrukeren i forbindelse

med omsetning av varer, tjenester eller andre ytelser som gir forbrukeren rettigheter i tillegg til rettighetene forbrukeren ellers har.

### Kapittel 2 Handelspraksis overfor forbrukere

#### § 6 Urimelig handelspraksis

Urimelig handelspraksis er forbudt.

En handelspraksis er urimelig dersom den strider mot god forretningsskikk overfor forbrukere og er egnet til vesentlig å endre forbrukernes økonomiske atferd slik at de treffer beslutninger de ellers ikke ville ha truffet.

Dersom en handelspraksis er rettet til en bestemt forbrukergruppe, eller dersom bare en klart identifiserbar gruppe av forbrukere er særlig sårbare på grunn av psykisk eller fysisk svakhet, alder eller godtroenhet og den næringsdrivende burde ha forstått dette, vurderes praksisens urimelighet ut fra den aktuelle forbrukergruppens perspektiv. Beskyttelsen av sårbare grupper berører ikke vanlig og rettmessig praksis der det fremsettes overdrevne påstander som ikke er ment å tas bokstavelig.

En handelspraksis er alltid urimelig dersom den er villedende etter § 7 eller § 8, eller aggressiv etter § 9.

Departementet fastsetter i forskrift de formene for handelspraksis som under enhver omstendighet skal anses som urimelige.

#### § 7 Villedende handlinger

En handelspraksis er villedende dersom den inneholder uriktige opplysninger og dermed er usannferdig eller på annen måte er egnet til å villede forbrukerne med hensyn til ett eller flere av følgende elementer:

- a) ytelsens eksistens eller art,
- b) ytelsens hovedegenskaper, for eksempel dens tilgjengelighet, fordeler eller risiko, ytelsens utførelse, mengde, sammensetning, spesifikasjoner, tilbehør, opprinnelse, hvordan eller når ytelsen produseres eller ytes, levering, bruk eller egnethet for et formål, resultater som kan forventes ved bruk, tester eller kontroll som er utført på ytelsen, eller ettersalgsservice og klagebehandling,
- c) omfanget av den næringsdrivendes forpliktelser, motiver for handelspraksisen og salgsprosessens art, eventuell erklæring eller symbol i forbindelse med direkte eller indirekte sponning eller godkjenning av den næringsdrivende eller ytelsen,
- d) prisen på ytelsen eller hvordan prisen beregnes, eller eksistensen av en prisfordel,
- e) behovet for service, deler, utskifting eller reparasjoner,
- f) den næringsdrivendes eller den næringsdrivendes agents art, egenskaper og rettigheter,
- g) forbrukernes rettigheter, herunder rett til omlevering eller tilbakebetaling, eller risiko forbrukerne kan bli utsatt for,
- h) den næringsdrivendes forpliktelse til å følge bransjenormer.

Praksisen anses likevel bare som villedende dersom den er egnet til å påvirke forbrukerne til å treffe en økonomisk beslutning som de ellers ikke ville ha truffet.

Det er også villedende dersom markedsføring av en yt-

else, herunder sammenlignende reklame, forårsaker forveksling med en konkurrents ytelse eller varemerke, handelsnavn eller andre kjennetegn.

#### § 8 *Villedende utelatelser*

En handelspraksis er villedende dersom den, i sin konkrete sammenheng og etter en helhetsvurdering, utelater eller skjuler vesentlige opplysninger som forbrukerne ut fra sammenhengen trenger for å kunne ta en informert økonomisk beslutning eller presenterer opplysningene på en uklar, uforståelig, tvetydig eller uhensiktsmessig måte. Ved vurderingen av om opplysninger er utelatt, skal tas i betraktning plass- eller tidsmessige begrensninger ved mediet som brukes til å formidle handelspraksisen, og eventuelle tiltak fra den næringsdrivende for å gjøre opplysningene tilgjengelige for forbrukerne på annen måte.

Praksisen anses likevel bare som villedende dersom den er egnet til å påvirke forbrukerne til å treffe en økonomisk beslutning som de ellers ikke ville ha truffet.

Ved oppfordring til kjøp regnes følgende opplysninger som vesentlige hvis de ikke allerede fremgår av sammenhengen:

- opplysninger om ytelsens hovedegenskaper, i relevant omfang for mediet og ytelsen,
- opplysninger om den næringsdrivendes geografiske adresse og identitet og om relevant, geografisk adresse og identitet til den næringsdrivende som vedkommende opptrer på vegne av,
- opplysninger om vilkår for betaling, levering, utførelse og klagebehandling, dersom disse avviker fra kravene til god forretningsskikk overfor forbrukere,
- for ytelser og transaksjoner som omfattes av angrerett eller avbestillingsrett, opplysninger om at det foreligger en slik rett.

Det samme gjelder opplysninger om prisen inklusive avgifter, eller, hvis ytelsens art gjør at prisen ikke med rimelighet kan utregnes på forhånd, hvordan prisen beregnes. Der det er relevant, skal alle ytterligere omkostninger vedrørende frakt, levering eller porto oppgis. Hvis omkostningene ikke med rimelighet kan utregnes på forhånd, skal det opplyses om at det kan forekomme slike ytterligere omkostninger.

Med oppfordring til kjøp menes en kommersiell kommunikasjon som angir ytelsens egenskaper og pris på en egnet måte for den anvendte kommersielle kommunikasjonen og dermed setter forbrukerne i stand til å foreta et kjøp.

#### § 9 *Aggressiv handelspraksis*

En handelspraksis er aggressiv dersom den, i sin konkrete sammenheng og etter en helhetsvurdering, ved trassering, tvang, herunder bruk av fysisk makt, eller utilbørlig påvirkning er egnet til vesentlig å begrense forbrukernes valgmuligheter eller atferd i forbindelse med en ytelse. Med utilbørlig påvirkning menes utnyttning av en maktposisjon i forhold til forbrukere for å utøve press, også når det ikke trues med eller brukes fysisk makt, på en måte som vesentlig reduserer forbrukernes evne til å treffe en informert beslutning.

Ved vurderingen av om en handelspraksis er aggressiv, skal det tas hensyn til

- tidspunkt, sted, art og varighet,
- bruk av truende eller utilbørlig språk eller atferd,
- den næringsdrivendes utnyttning av en konkret uheldig hendelse eller omstendighet som er så alvorlig at den kan nedsette forbrukerens dømmekraft, som den næringsdrivende er klar over, til å påvirke forbrukerens beslutning i forbindelse med produktet,
- belastende eller uforholdsmessige hindringer som ikke følger av avtalen, som den næringsdrivende pålegger når forbrukerne ønsker å utøve rettigheter i henhold til avtalen, herunder rett til å heve en avtale eller bytte til en annen ytelse eller en annen næringsdrivende,
- enhver trussel om handlinger som er ulovlige.

Praksisen anses likevel bare som aggressiv dersom den er egnet til å påvirke forbrukerne til å treffe en økonomisk beslutning som de ellers ikke ville ha truffet.

#### § 10 *Prismerking mv.*

Den som i næringsvirksomhet selger varer, tjenester eller andre ytelser til forbrukere, skal så langt det er praktisk mulig informere om prisene, slik at de lett kan ses av kundene.

Departementet kan ved forskrift gi nærmere regler om gjennomføringen av plikten etter første ledd.

For å lette kundenes bedømmelse av priser og kvalitet på varer og tjenester kan departementet ved forskrift påby næringsdrivende å iverksette tiltak utover det som følger av påbudet i første ledd. Slik forskrift om informasjonstiltak kan blant annet

- påby merking, oppslag eller annen underretning om pris, forretningsvilkår, kvalitet og andre egenskaper,
- gi påbud om sortering og bestemmelser om mål og vekt og opplysning om pris pr. enhet (jamførpris) for varer som frambyes for salg.

### **Kapittel 3 Særlige former for markedsføring mv.**

#### § 11 *Krav om betaling for varer, tjenester eller andre ytelser uten etter avtale mv.*

I næringsvirksomhet er det forbudt

- å kreve betaling for varer, tjenester eller andre ytelser uten etter avtale,
- å levere varer, tjenester eller andre ytelser med krav om betaling uten etter avtale.

Ved leveranse i strid med første ledd bokstav b er motakeren ikke forpliktet til å betale, så langt ikke noe annet er bestemt ved lov.

Departementet kan ved forskrift gi nærmere bestemmelser om krav til dokumentasjon og oppbevaring av dokumentasjon for inngåtte avtaler.

#### § 12 *Rett til å reservere seg mot markedsføring ved telefon eller adressert post*

Forbrukere kan reservere seg mot markedsføring ved telefon eller adressert post ved å registrere navn, adresser og telefonnumre i det sentrale reservasjonsregisteret for direkte markedsføring (Reservasjonsregisteret). Den som registrerer seg i Reservasjonsregisteret, kan angi at reserva-

sjonen likevel ikke skal gjelde for markedsføring til inntekt for frivillige organisasjoner.

Næringsdrivende som markedsfører ved telefon eller adressert post, skal oppdatere sitt adresseregister mot Reservasjonsregisteret før første gangs henvendelse og før henvendelse den måned markedsføring utføres.

Både forbrukere og andre fysiske personer kan reservere seg direkte hos næringsdrivende.

Kongen kan gi forskrift med nærmere regler for Reservasjonsregisteret.

### *§ 13 Virkninger av reservasjon*

I næringsvirksomhet er det forbudt å rette markedsføring ved telefon eller adressert post til fysiske personer som har reservert seg mot dette i Reservasjonsregisteret eller hos den næringsdrivende.

Første ledd er ikke til hinder for at den som har reservert seg, uttrykkelig kan anmode næringsdrivende eller organisasjoner om å bli kontaktet til tross for reservasjonen.

Reservasjon i Reservasjonsregisteret gjelder ikke markedsføring ved telefon eller adressert post i eksisterende kundeforhold der den næringsdrivende avtaleparten har mottatt kundens kontaktopplysninger i forbindelse med salg. Markedsføringen kan i så fall bare gjelde den næringsdrivendes egne varer, tjenester eller andre ytelser tilsvarende dem som kundeforholdet bygger på. Når navn, adresse og telefonnummer samles inn, og eventuelt ved hver enkelt senere markedsføringshenvendelse, skal kunden enkelt og gebyrfritt gis anledning til å reservere seg mot slike henvendelser.

Første til tredje ledd gjelder tilsvarende for frivillige organisasjoners innsamlingsaksjoner.

### *§ 14 Forbud mot telefonmarkedsføring på enkelte tidspunkter*

I næringsvirksomhet er det forbudt å rette markedsføring ved telefon til forbrukere på lørdager, helgedager eller dager som i lov er likestilt med helgedager, og på virkedager før kl. 09.00 og etter kl. 21.00.

### *§ 15 Begrensninger i bruk av visse kommunikasjonsmetoder*

I næringsvirksomhet er det forbudt, uten mottakerens forutgående samtykke, å rette markedsføringshenvendelser til fysiske personer ved elektroniske kommunikasjonsmetoder som tillater individuell kommunikasjon, som for eksempel elektronisk post, telefaks eller automatisert oppringningssystem (talemaskin).

Krav om forhåndssamtykke etter første ledd gjelder likevel ikke for markedsføring der den fysiske personen kontaktes muntlig ved telefon.

Krav om forhåndssamtykke etter første ledd gjelder heller ikke markedsføring ved elektronisk post i eksisterende kundeforhold der den næringsdrivende avtaleparten har mottatt kundens elektroniske adresse i forbindelse med salg. Markedsføringen kan bare gjelde den næringsdrivendes egne varer, tjenester eller andre ytelser tilsvarende dem som kundeforholdet bygger på. Når den elektroniske adressen samles inn, og eventuelt ved hver enkelt

senere markedsføringshenvendelse, skal kunden enkelt og gebyrfritt gis anledning til å reservere seg mot slike henvendelser.

Med elektronisk post menes i denne bestemmelse enhver henvendelse i form av tekst, tale, lyd eller bilde som sendes via et elektronisk kommunikasjonsnett, og som kan lagres i nettet eller i mottakerens terminalutstyr inntil mottakeren henter den. Herunder omfattes tekst- og multimediemeldinger til mobiltelefon.

Ehandelslovens bestemmelser, herunder § 9 om elektronisk markedsføring, gjelder i tillegg til bestemmelsen her.

### *§ 16 Opplysningsplikt ved uanmodet markedsføring ved telefon eller adressert post*

Næringsdrivende som driver uanmodet markedsføring ved telefon eller adressert post, skal opplyse hvem som har gitt personopplysningene som ligger til grunn for henvendelsen.

Ved uanmodet markedsføring ved telefon til forbrukere skal den næringsdrivende straks presentere seg og opplyse om at henvendelsen skjer i markedsføringshensikt. Den næringsdrivende skal informere om reservasjonsretten etter § 12. Det skal legges til rette for at mottakeren enkelt og gebyrfritt kan reservere seg hos den næringsdrivende.

## Votering:

Tilrådinga frå komiteen blei samrøystes vedteken.

Vidare var tilrådd:

### *§ 17 Levering av uadressert reklame og gratis aviser*

I næringsvirksomhet er det forbudt å levere ut eller å gi en formidler i oppdrag å levere ut uadressert reklame eller gratis aviser til forbrukere som klart har tilkjennegitt at de motsetter seg dette. En formidler er likevel ikke ansvarlig for leveringen hvis formidleren har fått opplyst, og har grunn til å anta, at det som leveres ut, ikke er reklame eller gratisavis.

Innstikk i aviser og andre trykksaker, som er omfattet av redaktøransvaret, anses ikke som uadressert reklame eller gratisavis etter denne bestemmelsen.

### *§ 18 Bruk av utlodninger, konkurranser, samlemerker mv. ved markedsføring til forbrukere*

Det er forbudt i næringsvirksomhet å søke å fremme omsetningen av ytelser ved å iverksette utlodninger, konkurranser eller lignende for forbrukerne dersom deltakelse forutsetter kjøp eller motytelse. Forbudet gjelder ikke fordeling av premier for oppgaveløsninger eller iverksetting av konkurranser i mediene.

Det er videre forbudt å søke å fremme omsetningen av ytelser til forbrukerne ved å tilby samlemerker dersom forbrukerne må kjøpe en ytelse for å motta merkene. Dette gjelder ikke dersom merkene gir rett til mer av samme ytelse fra samme næringsdrivende. Som samlemerke regnes merke, kupong eller tilsvarende som først når flere merker er samlet, gir rett til andre ytelser enn penger. Merker som

i seg selv kan innløses i en ytelse, anses også som samlemerker dersom ytelsen blir mer attraktiv hvis forbrukerne har samlet flere merker. Departementet kan i forskrift gi nærmere bestemmelser om samlemerker.

Næringsdrivende som i markedsføring tilbyr forbrukerne en tilleggsfordel eller en mulighet for å oppnå en slik fordel, eksempelvis i form av rabatter, gaver, deltakelse i konkurranser eller spill, skal sikre at vilkårene for å benytte seg av tilbudet er klare og lett tilgjengelige for forbrukerne.

#### **Kapittel 4 Særlig om beskyttelse av barn**

##### *§ 19 Alminnelig bestemmelse*

Når en handelspraksis rettes mot barn, eller for øvrig kan ses eller høres av barn, skal det vises særlig aktsomhet overfor barns påvirkelighet, manglende erfaring og naturlige godtroenhet.

Ved vurderingen av om en handelspraksis er i strid med bestemmelser i eller i medhold av denne lov, skal det tas hensyn til alder, utvikling og andre forhold som gjør barn spesielt sårbare.

##### *§ 20 Urimelig handelspraksis overfor barn*

Ved vurderingen av om en handelspraksis er urimelig etter § 6 skal det legges vekt på om handelspraksisen er særskilt rettet mot barn. Selv om handelspraksisen ikke er særskilt rettet mot barn, skal det legges vekt på om den, på grunn av art eller produkt, er egnet til å påvirke barn, og om den næringsdrivende kan forventes å forutse barns særlige sårbarhet for praksisen.

Det er forbudt å ta med i reklame direkte oppfordringer til barn om å kjøpe annonserte produkter eller overtale foreldrene eller andre voksne til å kjøpe de annonserte produktene til dem.

##### *§ 21 Særlig om god markedsføringsskikk overfor barn*

Når markedsføring overfor barn vurderes etter § 2, skal det blant annet legges vekt på om markedsføringen

- a) oppfordrer til lovbrudd, farlig atferd eller brudd med vanlige sikkerhetsnormer,
- b) spiller på sosial usikkerhet, dårlig samvittighet eller dårlig selvtillit,
- c) bruker skremmende virkemidler eller er egnet til å skape frykt eller angst, eller
- d) bruker aggressive virkemidler som vold, seksualitet eller rusmidler.

#### **Kapittel 5 Kontroll med avtalevilkår mv.**

##### *§ 22 Urimelige avtalevilkår*

Vilkår som nyttes eller tilsiktes nyttet i næringsvirksomhet overfor forbrukere kan forbys når de finnes urimelige overfor forbrukerne, og det finnes at forbud tilsies av allmenne hensyn. Tilsvarende gjelder for vilkår overfor sammenslutninger som ikke hovedsakelig handler som ledd i næringsvirksomhet, forutsatt at avtalen skal tjene medlemmenes personlige formål.

Ved rimelighetsvurderingen skal det legges vekt på hensynet til balanse mellom partenes rettigheter og plikter og på hensynet til klarhet i kontraktsforhold.

Første og annet ledd gjelder ikke for innholdet i prisvilkår og i lønns- og arbeidsvilkår i tjeneste hos andre. Kongen kan gi nærmere regler om at første og annet ledd heller ikke skal gjelde for andre spesielle kontraktsforhold.

##### *§ 23 Krav til garantivilkår i forbrukerforhold*

Ytes det garanti, skal det på en tydelig og lettfattelig måte opplyses om følgende i garantivilkårene:

- a) garantiens innhold, herunder eventuelle begrensninger og særlige betingelser,
- b) at forbrukerens rettigheter etter aktuell og nærmere angitt lovgivning kommer i tillegg til garantien, og at disse rettighetene ikke berøres av garantien,
- c) hva som er nødvendig for å benytte garantien, herunder garantiens varighet og geografiske virkeområde samt garantigiverens navn og adresse,
- d) lengstefristen for reklamasjon etter aktuell og nærmere angitt lovgivning, dersom den er lengre enn garantitiden,
- e) at det uansett kan reklameres på ytelsen i sin helhet etter aktuell og nærmere angitt lovgivning, dersom garantien er begrenset, for eksempel ved at garantien kun gjelder en del av ytelsen eller bare deler av utbedringskostnadene dekkes av garantien.

Der markedsføringen forut for avtaleinngåelsen er rettet til norske forbrukere, skal garantivilkårene være utformet på norsk.

Før avtaleinngåelsen skal garantigiveren opplyse forbrukeren om garantien og at forbrukeren har rett til å få garantivilkårene utlevert. Når forbrukeren ber om det, skal han eller hun motta garantivilkårene lesbart og lagret på papir eller et annet varig medium som forbrukeren råder over.

##### *§ 24 Avgrensning mot konkurranseloven*

Konkurranseloven § 10 gjelder ikke ved bruk av kontraktsvilkår som er fremforhandlet i samarbeid med Forbrukerombudet.

#### **Kapittel 6 Beskyttelse av næringsdrivendes interesser**

##### *§ 25 God forretningsskikk*

I næringsvirksomhet må det ikke foretas handling som strider mot god forretningsskikk næringsdrivende imellom.

##### *§ 26 Villedende forretningsmetoder*

I næringsvirksomhet er det forbudt å anvende uriktig eller av annen grunn villedende fremstilling som er egnet til å påvirke etterspørselen etter eller tilbudet av varer, tjenester eller andre ytelser. Med fremstilling menes i dette kapittel enhver form for meddelelse eller utsagn i tale, skrift eller på annen måte, således også betegnelser, bilder, demonstrasjoner, emballasjens form, størrelse eller utstyr og lignende.

Departementet kan ved forskrift gi nærmere bestemmelser om sammenlignende reklame.

##### *§ 27 Utilstrekkelig veiledning mv.*

I næringsvirksomhet er det forbudt å anvende fremstilling som er egnet til å påvirke etterspørselen etter eller til-



budet av varer, tjenester eller andre ytelser, når fremstillingen ikke gir forsvarlig eller tilstrekkelig veiledning eller trekker inn uvedkommende forhold, og derfor må anses urimelig.

#### § 28 *Bedriftshemmeligheter*

Den som har fått kunnskap om eller rådighet over en bedriftshemmelighet i anledning av et tjeneste-, tillitsvervs- eller forretningsforhold, må ikke rettsstridig utnytte hemmeligheten i næringsvirksomhet.

Det samme gjelder den som har oppnådd kunnskap om eller rådighet over en bedriftshemmelighet gjennom noens brudd på taushetsplikt eller gjennom noens rettsstridige handling ellers.

#### § 29 *Tekniske hjelpemidler*

Den som er blitt betrodd tekniske tegninger, beskrivelser, oppskrifter, modeller eller lignende tekniske hjelpemidler i anledning av et tjeneste-, tillitsvervs- eller forretningsforhold, må ikke rettsstridig utnytte dem i næringsvirksomhet.

Det samme gjelder den som har oppnådd rådighet over tekniske tegninger, beskrivelser, oppskrifter, modeller og lignende tekniske hjelpemidler gjennom noens rettsstridige handling.

#### § 30 *Etterligning av annens produkt*

I næringsvirksomhet er det forbudt å anvende etterliggende kjennetegn, produkter, kataloger, reklamemidler eller andre frambringelser på slik måte og under slike omstendigheter at det må anses som en urimelig utnyttelse av en annens innsats eller resultater og fører med seg fare for forveksling.

#### § 31 *Uriktige geografiske betegnelser for vin og brennevin*

I næringsvirksomhet er det forbudt å anvende geografiske vin- eller brennevinsbetegnelser for vin og brennevin som ikke har den geografiske opprinnelsen som betegnelsen utpeker. Dette gjelder selv om den faktiske opprinnelsen også er angitt, eller den geografiske betegnelsen er oversatt eller følges av uttrykk som «slag», «type», «imitasjon» e.l.

### **Kapittel 7 Håndheving**

#### § 32 *Forvaltning, organisasjon mv.*

Forbrukerombudet og Markedsrådet skal føre kontroll med at bestemmelsene i denne lov, med unntak av kapittel 6, overholdes.

Forbrukerombudet åremålbeskikkes av Kongen i statsråd.

Markedsrådet skal bestå av leder, nestleder og syv medlemmer, alle med personlige varamedlemmer, som oppnevnes av Kongen. Funksjonstiden for medlemmene er fire år. Markedsrådet er vedtaksført når lederen eller nestlederen og minst fire andre medlemmer eller varamedlemmer er til stede. Vedtak treffes ved alminnelig flertall. Ved stemmelikhet er lederens stemme avgjørende.

Kongen kan gi nærmere forskrifter om Forbrukerombudets og Markedsrådets organisasjon og virksomhet.

Dersom en næringsvirksomhet som faller inn under denne loven også går inn under regulerings- eller kontrollbestemmelser i andre lover, kan Kongen gi nærmere regler om den innbyrdes avgrensningen av de forskjellige myndigheters virkeområde og om samarbeidet mellom dem.

#### § 33 *Opplysningsplikt*

Enhver plikter å gi Markedsrådet eller Forbrukerombudet de opplysninger disse myndigheter krever for å kunne utføre sine gjøremål etter loven, herunder opplysninger som er nødvendige for å vurdere om en handelspraksis er urimelig. Opplysningene kan kreves gitt skriftlig eller muntlig innen en fastsatt frist.

Markedsrådet og Forbrukerombudet kan foreta slik gransking og besiktigelse, herunder kreve utlevert dokumenter, gjenstander, vareprøver eller annet, som de finner påkrevet for å utføre sine gjøremål etter loven. Om nødvendig kan det anmodes om bistand fra politiet.

#### § 34 *Forbrukerombudets tilsynsområde*

Forbrukerombudet skal føre tilsyn med at bestemmelser i denne lovens kapittel 1 til 5, eller bestemmelser gitt i medhold av denne loven, overholdes. Forbrukerombudet skal videre føre slikt tilsyn som Forbrukerombudet er tillagt etter annet regelverk.

Forbrukerombudet fører tilsyn etter ovennevnte bestemmelser ut fra hensynet til forbrukerne. Tilsynet etter § 2 annet ledd skjer likevel ut fra hensynet til likestilling mellom kjønnene, særlig med vekt på hvordan kvinner fremstilles. Tilsynet etter § 10 med forskrifter skjer ut fra hensynet til at forbrukerne skal kunne orientere seg i markedet og enkelt sammenligne priser.

#### § 35 *Forbrukerombudets saksbehandling (forhandlingsmodellen)*

Forbrukerombudet skal av eget tiltak eller etter henvendelse fra andre søke å påvirke næringsdrivende til å innrette seg etter bestemmelsene som ombudet skal føre tilsyn med etter § 34, herunder ved å føre forhandlinger med de næringsdrivende eller deres organisasjoner.

Dersom Forbrukerombudet finner at en handling er i strid med bestemmelser som nevnt i § 34, skal det søkes å få den næringsdrivende til å inngå en frivillig ordning om at praksisen skal opphøre. Tilsvarende gjelder for vilkår som nevnt i kapittel 5. Forbrukerombudet kan kreve skriftlig bekreftelse fra den næringsdrivende på at ulovlige forhold skal opphøre.

Dersom frivillig ordning ikke oppnås, eller dersom vilkårene i § 36 er oppfylt, kan Forbrukerombudet forelegge saken for Markedsrådet til avgjørelse. I tilfeller som nevnt i § 37 kan Forbrukerombudet selv fatte vedtak mot lovstridige handlinger eller urimelige avtalevilkår.

Forbrukerombudet kan forelegge for Markedsrådet saker av prinsipiell karakter knyttet til overtredelse av kapittel 1 til 5, eller til overtredelse av lov 4. desember 1992 nr. 127 om kringkasting (kringkastingsloven) § 3-1 annet ledd og forskrifter gitt i medhold av kringkastings-

loven § 3-1 fjerde ledd. Dette gjelder selv om frivillig ordning er oppnådd.

*§ 36 Tilfeller hvor det ikke er nødvendig å forsøke frivillig ordning*

Dersom Forbrukerombudet finner at en handling er i strid med forskrift gitt i medhold av § 6 femte ledd, § 10, forskrift gitt i medhold av § 10, § 11, § 12, § 13, § 14, § 15, § 16, § 17, § 18 første og annet ledd eller § 20 annet ledd, er det ikke nødvendig å søke å oppnå frivillig ordning etter § 35 annet ledd. Det samme gjelder dersom handlingen eller avtalevilkåret i det vesentlige er identisk med handlinger eller vilkår som Markedsrådet tidligere har nedlagt forbud mot, eller den næringsdrivende handler i strid med en skriftlig bekreftelse etter § 35 annet ledd.

Det er heller ikke nødvendig å søke å oppnå frivillig ordning dersom dokumentasjon for en påstand om konkret virkning benyttet i markedsføring ikke er sendt til Forbrukerombudet innen 48 timer fra begjæring om dette er mottatt av den næringsdrivende. Det samme gjelder i særlige tilfeller hvor en påstand om konkret virkning åpenbart ikke kan dokumenteres.

*§ 37 Forbrukerombudets vedtakskompetanse*

Forbrukerombudet kan fatte vedtak etter § 39 dersom det ikke er oppnådd frivillig ordning og Forbrukerombudet antar at det vil medføre ulempe eller skadevirkning å avvente Markedsrådets vedtak.

Forbrukerombudet kan også treffe vedtak etter § 39 dersom ombudet anser handlingen eller avtalevilkåret i det vesentlige identisk med handlinger eller vilkår som Markedsrådet tidligere har nedlagt forbud mot.

Forbrukerombudet skal underrette Markedsrådet om vedtaket. Den vedtaket retter seg mot, kan påklage vedtaket til Markedsrådet.

*§ 38 Markedsrådet*

Markedsrådet behandler saker som det forelegges av Forbrukerombudet. Beslutter Forbrukerombudet ikke å bringe en sak inn for Markedsrådet, kan den bringes inn av en næringsdrivende eller forbruker som berøres av handlingen eller vilkåret, eller av en sammenslutning av næringsdrivende, forbrukere eller lønnstakere. Markedsrådet kan kreve at Forbrukerombudet bringer nærmere bestemte saker inn for Markedsrådet.

Videre behandler Markedsrådet klager på Forbrukerombudets vedtak etter § 37 og saker som bringes inn for Markedsrådet etter § 35 fjerde ledd.

*§ 39 Forbrukerombudets og Markedsrådets vedtak*

Forbrukerombudet eller Markedsrådet kan, dersom de finner at inngrep tilsies av hensyn som nevnt i § 34 annet ledd, fatte enkeltvedtak om

- a) forbud etter § 40,
- b) påbud etter § 41,
- c) tvangsmulkt etter § 42,
- d) overtredelsesgebyr etter § 43.

Markedsrådets vedtak kan ikke påklages.

Vedtaket kan også rettes mot medvirkere. Dette gjelder

likevel ikke ved vedtak mot reklame i strid med lov 4. desember 1992 nr. 127 om kringkasting (kringkastingsloven) § 3-1 annet ledd og forskrifter gitt i medhold av kringkastingsloven § 3-1 fjerde ledd. § 48 femte ledd gjelder tilsvarende.

*§ 40 Forbudsvedtak*

Handlinger som strider mot bestemmelser som nevnt i § 34 første ledd kan forbys. Det kan også forbys å nytte eller tilsikte å nytte vilkår som nevnt i § 22.

*§ 41 Vedtak om påbud*

Det kan gis påbud som finnes nødvendige for å sikre at et forbud gitt i eller i medhold av denne lov overholdes.

Det kan påbys å gi prisinformasjon etter § 10 første ledd og etter forskrifter gitt i medhold av § 10 annet og tredje ledd.

*§ 42 Vedtak om tvangsmulkt*

For å sikre at vedtak etter §§ 40 og 41 overholdes skal det fastsettes en tvangsmulkt som den som vedtaket retter seg mot, skal betale dersom vedkommende overtrer vedtaket. Fastsettelse av tvangsmulkt kan unnlates dersom særlige grunner tilsier det.

Tvangsmulkten kan fastsettes som en løpende mulkt eller som et engangsbeløp. Ved fastsettelsen av tvangsmulkten skal det legges vekt på at det ikke skal lønne seg å overtre vedtaket.

Endelig vedtak om betaling av tvangsmulkt er tvangsgrunnlag for utlegg.

I særlige tilfeller kan påløpt mulkt reduseres eller frafalles.

Kongen kan ved forskrift fastsette nærmere regler om ileggelse av tvangsmulkt.

*§ 43 Vedtak om overtredelsesgebyr*

Ved forsettlig eller uaktsom overtredelse av forskrift gitt i medhold av § 6 femte ledd, § 10, forskrift gitt i medhold av § 10, § 11, § 12, § 13, § 14, § 15, § 16, § 17, § 18 første og annet ledd eller § 20 annet ledd, som enten anses som vesentlig eller har skjedd gjentatt, kan det fastsettes et overtredelsesgebyr som den som vedtaket retter seg mot, skal betale.

Ved fastsettelse av gebyrets størrelse skal det legges vekt på overtredelsens grovhet, omfang og virkninger.

Overtredelsesgebyret forfaller til betaling fire uker etter at vedtaket er fattet. Endelig vedtak om overtredelsesgebyr er tvangsgrunnlag for utlegg.

Kongen kan ved forskrift gi nærmere regler om utmåling av overtredelsesgebyr.

**Kapittel 8 Grenseoverskridende håndheving mv.**

*§ 44 Virkeområde*

Bestemmelsene i dette kapitlet får anvendelse på handlinger foretatt i næringsvirksomhet som strider mot bestemmelser som etter EØS-avtalen beskytter forbrukernes kollektive interesser slik de er gjennomført i norsk rett.

§§ 45 og 46 får anvendelse på handlinger som strider mot bestemmelser som gjennomfører EØS-lovgivningen

som er tatt inn i vedlegg 1 til europaparlaments- og rådsdirektiv 98/27/EF om nedlegging av forbud med hensyn til vern av forbrukernes interesser. Bestemmelsene får kun anvendelse på handlinger foretatt i næringsvirksomhet i Norge som har virkning i en annen EØS-stat eller som er foretatt i næringsvirksomhet i en annen EØS-stat og har virkning i Norge.

§ 47 får anvendelse på handlinger som strider mot bestemmelser som gjennomfører EØS-lovgivningen som er tatt inn i vedlegg til europaparlaments- og rådsforordning (EF) nr. 2006/2004 om samarbeid mellom nasjonale myndigheter med ansvar for håndheving av forbrukervernlovgivning. Bestemmelsen får bare anvendelse hvis lovbruddet rammer forbrukere som har bopel i en annen medlemsstat enn der lovbruddet har sin opprinnelse eller har funnet sted, der den næringsdrivende er etablert eller der bevismaterialet befinner seg.

Departementet fastsetter i forskrift hvilke bestemmelser som til enhver tid beskytter forbrukernes kollektive interesser etter annet og tredje ledd.

#### *§ 45 Adgang til å bringe saker inn for Forbrukerombudet og Markedsrådet*

Utenlandske myndigheter og organisasjoner som er oppført på listen over godkjente institusjoner som etter EØS-avtalens bestemmelser offentliggjøres av EU-kommisjonen i De Europeiske Fellesskapers Tidende og i EØS-tillegget til dette, kan bringe sak inn for Forbrukerombudet og Markedsrådet med sikte på å få nedlagt forbud mot handling som nevnt i § 44 annet ledd.

#### *§ 46 Godkjenning av myndigheter og organisasjoner*

Departementet godkjenner norske myndigheter og organisasjoner som kan opptre som part i sak i andre EØS-stater med sikte på å få nedlagt forbud mot handling som nevnt i § 44 annet ledd. Departementet underretter EFTA-statenes faste komité om de utpekte myndigheters og organisasjoners navn og formål, med sikte på oppføring på listen nevnt i § 45.

Departementet kan ved forskrift fastsette nærmere regler om godkjenning etter første ledd.

#### *§ 47 Innlemmelse av forordning om samarbeid mellom nasjonale myndigheter med ansvar for håndheving av forbrukervernlovgivning*

EØS-avtalen vedlegg XIX nr. 7f (forordning (EF) nr. 2006/2004) om samarbeid mellom nasjonale myndigheter med ansvar for håndheving av forbrukervernlovgivning (forordningen om forbrukervernsamarbeid) gjelder som lov med de tilpasninger som følger av vedlegget selv, protokoll 1 til avtalen og avtalen for øvrig.

Departementet oppnevner vedkommende myndigheter som håndhever forordningens bestemmelser og sentralt kontaktorgan.

### **Kapittel 9 Straff**

#### *§ 48 Straff*

Den som forsettlig og vesentlig overtrer § 6 fjerde ledd jf. første ledd, forskrift gitt i medhold av § 6 femte ledd,

§ 11, § 13, § 15, § 20 annet ledd, § 26, § 27, § 28, § 29, § 30 eller § 31, straffes med bøter, fengsel inntil 6 måneder eller begge deler dersom ikke strengere straffebestemmelse kommer til anvendelse. Medvirkning straffes på samme måte.

Uaktsom vesentlig overtredelse av § 7 eller § 8 jf. § 6 fjerde ledd jf. første ledd, § 11 første ledd, § 26 eller § 27 straffes med bøter, fengsel inntil 6 måneder eller begge deler dersom ikke strengere straffebestemmelse kommer til anvendelse. Medvirkning straffes på samme måte.

Ved vurderingen av om en overtredelse er vesentlig, skal det særlig legges vekt på overtredelsens omfang, virkninger og graden av skyld. Dersom personen eller foretaket tidligere er ilagt straff eller overtredelsesgebyr for overtredelse av denne lov eller forskrift i medhold av loven, kan straff etter første og annet ledd anvendes selv om overtredelsen ikke er vesentlig.

Den som forsettlig eller uaktsomt overtrer vedtak som er gjort i medhold av denne lov, straffes med bøter, fengsel inntil 6 måneder eller begge deler dersom ikke strengere straffebestemmelse kommer til anvendelse. Medvirkning straffes på samme måte.

Straff kommer ikke til anvendelse for overtredelse foretatt av en ekspeditør, betjent eller annen liknende underordnet når overtredelsen vesentlig har vært foranlediget av vedkommendes avhengige stilling til den næringsdrivende.

Straff kommer ikke til anvendelse ved overtredelse av § 28 når kunnskap om eller rådighet over bedriftshemmeligheten er oppnådd i et tjeneste- eller tillitsvervsforhold eller gjennom pliktstridig handling i et slikt forhold og mer enn 2 år er gått siden forholdet opphørte.

#### *§ 49 Straffeprosessuelle regler*

Overtredelse av § 28, § 29 eller § 30 påtales ikke av det offentlige uten fornærmedes begjæring. Det samme gjelder overtredelse av § 26 eller § 27 når handlingen består i skadelig omtale av en annen næringsdrivende eller av forhold som særskilt angår vedkommende.

Påtalemyndigheten kan i forbindelse med straffesaken kreve dom for tiltak for å sikre at den lovstridige handlingen opphører og for å hindre at den gjentas.

### **Kapittel 10 Ikraftsetting, oppheving av tidligere lov, overgangsregler og endringer i andre lover**

#### *§ 50 Ikraftsetting, oppheving av tidligere lov og overgangsregler*

Loven gjelder fra den tid Kongen bestemmer. Fra samme tidspunkt oppheves lov 16. juni 1972 nr. 47 om kontroll med markedsføring og avtalevilkår (markedsføringsloven). Kongen kan sette i kraft de enkelte bestemmelser til forskjellig tid.

Forskrifter gitt i medhold av lov 16. juni 1972 nr. 47 om kontroll med markedsføring og avtalevilkår (markedsføringsloven) gjelder også etter at loven her har trådt i kraft.

#### *§ 51 Endringer i andre lover*

Fra den tid loven trer i kraft gjøres følgende endringer i andre lover:

1. I lov 21. desember 2000 nr. 105 om opplysningsplikt og angrerett mv. ved fjernsalg og salg utenfor fast utsalgssted (angrerettloven) gjøres følgende endringer:

§ 6 første ledd bokstav c skal lyde:

c) telefonsalg: fjernsalg der forbrukeren inngår avtale eller inngir kjøpetilbud (ordre) ved *eller etter* telefonsamtale etter uanmodet oppringning fra selgeren eller tjenesteyteren.

§ 7 nytt annet, tredje og fjerde ledd skal lyde:

*Ved uanmodet oppringning skal forbrukeren før denne blir bundet av en avtale også motta skriftlige opplysninger om*

a) *at forbrukeren ikke blir bundet før et tilbud er akseptert skriftlig, jf. § 10 a*

b) *varens eller tjenestens art*

c) *de totale kostnadene forbrukeren skal betale, inklusive alle avgifter og leveringskostnader*

d) *eventuell bindingstid, abonnement eller minstekjøp.*

*Annet ledd gjelder ikke ved oppringning om*

a) *salg av varer eller tjenester fra frivillige organisasjoner*

b) *salg av avisabonnement.*

*Departementet kan i forskrift stille krav om registrering i frivillighetsregisteret, jf. lov 19. juni 2007 nr. 88, for å bli regnet som frivillig organisasjon etter tredje ledd.*

§ 7 nåværende annet og tredje ledd blir nytt femte og sjette ledd.

§ 7 a nytt siste ledd skal lyde:

*Ved uanmodet oppringning skal tjenesteyteren for forbrukeren bli bundet av en fjernsalgsavtale gi forbrukeren skriftlig opplysning som nevnt i § 7 annet ledd bokstav a.*

Ny § 10 a skal lyde:

*§ 10 a Krav om skriftlig aksept ved telefonsalg*

*Ved uanmodet oppringning fra selgeren eller tjenesteyteren må tilbud rettet til forbrukeren aksepteres skriftlig av forbrukeren for at bindende avtale skal være inngått.*

*Tilbudet skal inneholde opplysning om at forbrukeren ikke blir bundet før forbrukeren aksepterer skriftlig.*

*Selgeren eller tjenesteyteren skal på forespørsel dokumentere mottatt aksept etter første ledd.*

*Første og annet ledd gjelder ikke ved oppringning om*

a) *salg av varer eller tjenester fra frivillige organisasjoner*

b) *salg av avisabonnement.*

*Departementet kan i forskrift stille krav om registrering i frivillighetsregisteret, jf. lov 19. juni 2007 nr. 88, for å bli regnet som frivillig organisasjon etter fjerde ledd.*

2. I lov 4. desember 1992 nr. 127 om kringkasting (kringkastingsloven) skal § 2-12 første til tredje ledd lyde:

Medietilsynet kan kreve skriftlig bekreftelse fra kringkaster under norsk jurisdiksjon på at overtredelse av be-

stemmelser som nevnt i § 44 tredje ledd i *markedsføringsloven* skal opphøre. Medietilsynet kan videre forby kringkasteren å sende innslag hvis det foreligger slik overtredelse i disse innslagene.

Ved overtredelser som nevnt i første ledd kan Medietilsynet gjennomføre granskning og besiktigelse på stedet hvor kringkasteren utøver sin virksomhet hvis det er nødvendig for at Medietilsynet skal kunne utføre sine gjøremål etter markedsføringsloven § 47.

Medietilsynets kompetanse etter denne bestemmelsen gjelder kun i forhold til de bestemmelsene Medietilsynet etter markedsføringsloven § 47 annet ledd er oppnevnt som vedkommende myndighet til å håndheve.

3. I lov 14. april 2000 nr. 31 om behandling av personopplysninger (personopplysningsloven) oppheves § 26.

4. I lov 9. mars 1973 nr. 14 om vern mot tobakksskader (tobakksskadeloven) skal § 8 syvende ledd lyde:

Vedtak etter denne paragrafen kan påklages til Markedsrådet. Ved behandlingen i Markedsrådet gjelder de saksbehandlingsregler som er gitt i eller i medhold av *markedsføringsloven* så langt de passer.

5. I lov 2. juni 1989 nr. 27 om omsetning av alkoholholdig drikk mv. (alkoholloven) skal § 9-5 annet ledd lyde:

Ved behandlingen i Markedsrådet gjelder de saksbehandlingsregler som er gitt i eller i medhold av *markedsføringsloven* så langt de passer.

6. I lov 18. desember 1981 nr. 90 om merking av forbruksvarer mv. oppheves § 8 annet ledd.

**Presidenten:** Det blir først votert alternativt mellom innstillingas kapittel 3 § 17 første ledd første punktum og forslag nr. 1, frå Framstegspartiet, Høgre og Venstre. Forslaget lyder:

«I lov om kontroll med markedsføring og avtalevilkår m.v. skal § 17 overskriften og første ledd lyde:

§ 17 Levering av uadressert reklame

I næringsvirksomhet er det forbudt å levere ut eller å gi en formidler i oppdrag å levere ut uadressert reklame til forbrukere som klart har tilkjennegitt at de motsetter seg dette.»

#### Votering:

Ved alternativ votering mellom tilrådinga frå komiteen til kapittel 3 § 17 første ledd første punktum og forslaget frå Framstegspartiet, Høgre og Venstre blei tilrådinga vedteken med 44 mot 28 røyster.  
(Voteringsutskrift kl. 13.38.41)

**Presidenten:** Det blir så votert over kapittel 3 § 18 tredje ledd.

Her har Kristeleg Folkeparti og Venstre varsla at dei vil røyste imot.

## Votering:

Tilrådinga frå komiteen til kapittel 3 § 18 tredje ledd blei vedteken med 63 mot 9 røyster.  
(Voteringsutskrift kl. 13.39.17)

**Presidenten:** Det blir så votert over resten av kapittel 3 og kapitla 4 til og med 10.

## Votering:

Tilrådinga frå komiteen blei samrøystes vedteken.

**Presidenten:** Det blir votert over overskrifta til lova og lova i det heile.

## Votering:

Overskrifta til lova og lova i det heile blei samrøystes vedtekne.

**Presidenten:** Lovvedtaket vil bli sendt Lagtinget.

## Votering i sak nr. 2

**Presidenten:** Under debatten har representanten Karin S. Woldseth sett fram eit forslag på vegner av Framstegspartiet, Høgre og Venstre. Forslaget lyder:

«Stortinget ber Regjeringen legge frem sak for Stortinget om innføring av et lisenssystem for pengespill på Internett.»

**Presidenten:** Dette forslaget blir i samsvar med forretningsordenens § 30 fjerde ledd å sende Stortinget.

Komiteen hadde rådd Odelstinget til å gjere slikt vedtak til

lov  
om endringer i pengespill-  
og lotterilovgivning  
(betalingsformidling m.m.)

## I

I lov 1. juli 1927 nr. 3 om veddemål ved totalisator skal § 3 første ledd lyde:

Overtredelse av denne lov eller de i medhold av loven utferdigede bestemmelser straffes med bøter for såvidt ingen strengere straffebestemmelse kommer til anvendelse på forholdet. *Som overtredelse av denne lov regnes blant annet betalingsformidling av innsats og gevinst i veddemål ved hesteløp uten hjemmel i loven. Departementet kan gi nærmere bestemmelser om omfanget og gjennomføringen av betalingsformidlingsforbudet.*

## II

I lov 28. august 1992 nr. 103 om pengespill m.v. gjøres følgende endringer:

§ 2 første og andre ledd skal lyde:

Uten hjemmel i lov er det ikke tillatt å formidle pengespill i forbindelse med idrettskonkurranser og andre konkurranser, og tallspill. Det er like ens forbudt å selge eller falby kuponger og lignende i slike tiltak. *Som formidling av pengespill uten hjemmel i lov regnes blant annet betalingsformidling av innsats og gevinst i slike pengespill.*

Idrettsforeninger, humanitære foreninger og andre foreninger med allmenntilgode formål og selskapets forhandlere har adgang til å opprette spillelag, som på medlemmenes vegne deltar i spill i selskapet. Departementet avgjør i tvilstilfelle om en forening går inn under bestemmelsen her.

§ 2 nytt fjerde ledd skal lyde:

*Departementet kan gi forskrift med nærmere regler til gjennomføring av denne bestemmelsen, herunder om spillelag, ulovlig formidling, omfanget og gjennomføringen av betalingsformidlingsforbudet og bekjentgjørelse av pengespill.*

§ 15 skal lyde:

§ 15 Pålegg om retting av ulovlig forhold.

*Tvangsmulkt*

*Ved forhold i strid med bestemmelser gitt i eller i medhold av denne lov kan Lotteritilsynet gi pålegg til den ansvarlige om å rette det ulovlige forholdet, eller om at den ulovlige virksomheten skal opphøre eller stenge. Ved utferdigelse av pålegg skal det settes en frist for oppfyllelse.*

*For å sikre at plikter etter denne lov eller bestemmelsene gitt i medhold av loven blir oppfylt, kan Lotteritilsynet ilegge den ansvarlige tvangsmulkt. Tvangsmulkt kan fastsettes samtidig med pålegg.*

*Tvangsmulkten kan fastsettes som en løpende mulkt eller som et engangsbeløp. Ved løpende mulkt kan Lotteritilsynet bestemme at mulkten enten skal begynne å løpe en uke etter vedtaket om tvangsmulkt, eller fra en særskilt fastsatt frist for oppfyllelse av plikten dersom denne fristen er utløpt uten at plikten er oppfylt. Ved tvangsmulkt i form av et engangsbeløp kan Lotteritilsynet bestemme at mulkten skal betales ved en særskilt fastsatt frist for oppfyllelse av plikten dersom denne fristen er utløpt uten at plikten er oppfylt.*

*Tvangsmulkt tilfaller statskassen og er tvangsgrunnlag for utlegg.*

*Når Statens innkrevingsentral er pålagt å innkreve krav som nevnt i fjerde ledd, kan den inndrive kravene ved trekk i lønn og andre lignende ytelser etter reglene i dekningsloven § 2-7. Innkrevingsentralen kan også inndrive kravene ved å stifte utleggs pant for kravet dersom panteretten kan gis rettsvern ved registrering i et register eller ved underretning til en tredjeperson, jf. panteloven kapittel 5, og utleggsforretningen kan holdes på Innkrevingsentralens kontor etter tvangsfullbyrdelsesloven § 7-9 første ledd.*

*Lotteritilsynet kan redusere eller frafalle påløpt tvangsmulkt når særlige grunner taler for det.*

*Kongen kan i forskrift fastsette nærmere bestemmelser om ileggelse av tvangsmulkt, herunder om vilkår for tvangsmulkt og om tvangsmulktens størrelse og renter ved forsinket betaling.*

Nåværende §§ 15, 16 og 17 blir §§ 16, 17 og ny § 18.

### III

I lov 24. februar 1995 nr. 11 om lotterier m.v. gjøres følgende endringer:

§ 3 andre ledd andre punktum skal lyde:

Departementet kan bestemme at *lotterimyndighetens* utgifter ved behandling av søknader, godkjenning, autorisasjon, registrering, trekning og kontroll av spilleinnretninger samt regnskapskontroll skal dekkes av lotteriarrangør eller annen rekvirent ved særskilt fastsatt gebyr.

§ 11 skal lyde:

§ 11 *Markedsføring, formidling og betalingsformidling for lotterier*

Med unntak for lotterier som nevnt i § 7, er det forbudt å drive markedsføring eller formidling av lotterier som ikke er gitt tillatelse etter § 6 annet ledd. *Som formidling av lotterier uten tillatelse regnes blant annet betalingsformidling av innsats og gevinst i slike lotterier. Kongen kan gi nærmere bestemmelser om omfanget og gjennomføringen av betalingsformidlingsforbudet.*

I § 12 (tre steder) og § 13 (to steder) endres uttrykket «kontrollmyndigheten» til «lotterimyndigheten».

**Presidenten:** Framstegspartiet har varslet at dei vil røyste imot.

Votering:

Tilrådinga frå komiteen blei vedteken med 56 mot 14 røyster.

(Voteringsutskrift kl. 13.40.31)

Vidare var tilrådd

### IV

Loven her gjelder fra den tid Kongen bestemmer.

**Presidenten:** Framstegspartiet, Høgre og Venstre har varslet at dei vil røyste imot.

Votering:

Tilrådinga frå komiteen blei vedteken med 45 mot 28 røyster.

(Voteringsutskrift kl. 13.40.59)

**Presidenten:** Det blir votert over overskrifta til lova og lova i det heile.

Presidenten antek at Framstegspartiet òg her vil røyste imot.

Votering:

Overskrifta til lova og lova i det heile blei vedtekne med 57 mot 14 røyster.

(Voteringsutskrift kl. 13.41.27)

**Presidenten:** Lovvedtaket vil bli sendt Lagtinget.

Sak nr. 3 [13:41:35]

Referat

**Presidenten:** Det ligg ikkje føre noko referat. Dermed er dagens kart ferdigbehandla.

Ber nokon om ordet i samsvar med forretningsordenens § 37 a før møtet blir heva? – Møtet er heva.

Møtet slutt kl. 13.42.