



Til Erhverv- og Råstofudvalget

Kopi til Siumut.

Hermed fremsendes skriftligt svar på de spørgsmål, som Siumut stillede under 1. behandlingen af pkt. 26. Forslag til Inatsisartutlov om ændring af Inatsisartutlov om markedsføring og mærkning.

Siumut udtrykte i sin ordførertale en bekymring for, om forslaget til lovændringen reelt kan gennemføres i vores land. Jeg kan oplyse, at Naalakkersuisut ikke ser nogle forhindringer for, at denne lovændring, som styrker forbrugernes interesser, kan fungere efter sin hensigt.

Vedr. lovforslagets påvirkning af små og mellemstore virksomheder

Lovforslaget kan få økonomiske og administrative konsekvenser for visse erhvervsdrivende, særligt udbydere af forbrugslån og virksomheder med markedsføring rettet mod børn og unge.

Det er især virksomheder, der udbyder forbrugslån, som fremover skal undersøge, om størrelsen på deres gebyrer og rentesatser betyder, at de ikke kan markedsføre forbrugerkreditaftaler i det offentlige rum. Forbruger- og Konkurrencestyrelsen har oplyst, at de pt. kun har kendskab til, at de to banker beliggende her i landet, Grønlandsbanken og Bankivik aktuelt er aktive på det grønlandske marked for forbrugslån. Forbrugslånsvirksomheder i for eksempel Danmark vil dog let kunne målrette deres markedsføring mod Grønland.

Da disse bankvirksomheder i forvejen skal forholde sig til kompliceret finansiel lovgivning, vil det dog ikke være en stor administrativ byrde for dem.

Herudover har forslaget primært betydning for virksomheder, der helt eller delvist målretter deres markedsføring mod børn og unge. At henvende sig til børn og unge indebærer et særligt ansvar, som alle virksomheder uanset størrelse er nødt til at tage på sig, hvis de vælger at gøre det.

Forbruger- og Konkurrencestyrelsen har oplyst, at de ikke har kendskab til, hvor mange virksomheder, der helt eller delvist målretter deres markedsføring mod børn og unge. Men det kan f.eks dreje sig om butikker, der sælger legetøj til børn.

Det kan også være influencere f.eks på de sociale medier, men styrelsen har ikke specifikt kendskab til, hvor mange det måtte dreje sig om.

07-05-2026
Sagsnr. 2025 - 23390

Postboks 930
3900 Nuuk
Tlf. (+299) 34 68 00
Fax (+299) 32 43 02
E-mail: asn@nanoq.gl
www.naalakkersuisut.gl

Den eneste nye generelle forpligtelse uden for disse to områder er den generelle stramning af reglerne om skjult reklame. I praksis er det primært relevant for erhvervsdrivende, der vælger at benytte sig af influencere i deres markedsføring.

De fleste lokale små og mellemstore virksomheder vil i praksis ikke opleve nye forpligtelser i hverdagen.

Ændringerne vedrører således kun virksomheder, der udbyder forbrugslån, henvender sig til børn og unge eller benytter sig af influencere i deres markedsføring.

Lovforslaget vil gælde på samme måde for udenlandske virksomheder, som driver virksomhed i Grønland.

Vedr. tilsyn og håndhævelse

Det følger af § 24 i markedsføringsloven, at Forbruger- og Konkurrencestyrelsen fører det generelle tilsyn med Inatsisartutlovens overholdelse.

Tilsynet udføres inden for styrelsens økonomiske ramme. Det er Naalakkersuisuts vurdering, at der er tilstrækkelige ressourcer og kompetencer i styrelsen til at føre tilsyn med lovens overholdelse.

Det vurderes, at forslaget vil medføre en vis omfordeling af Forbrugerafdelingens personalemæssige ressourcer i styrelsen. Noget af den tid, som hidtil er gået med tilsyn af de eksisterende bestemmelser i loven, vil i stedet gå med tilsyn af de nye bestemmelser.

Tilsynet foregår bl.a. ved observationer i butikker, gennemsyn af hjemmesider, samt modtagelse af tip fra borgere eller virksomheder.

Det fremgår allerede af den gældende lov om markedsføring og mærkning, at retten kan forbyde handlinger, der er i strid med bestemmelserne i loven. (§ 38)

Overtrædelser af en række bestemmelser i loven kan medføre bøder.

Vedr. jurisdiktion i Grønland og i forhold til digitale platforme i udlandet.

Grønland har ikke universel jurisdiktion over al markedsføring på hele internettet.

Markedsføringsloven finder alene anvendelse på erhvervsaktivitet, som enten foretages i Grønland eller er særligt rettet mod Grønland.

I praksis vil der være begrænset mulighed for at føre tilsyn og håndhæve loven overfor udenlandske virksomheder, som markedsfører sig selv specifikt rettet mod Grønland.

Hvis man som grønlandsk forbruger vælger at opsøge og handle på hjemmesider i udlandet, der ikke er særligt rettet mod Grønland, vil disse hjemmesider alene være undergivet udenlandsk markedsføringsret.

Udenlandsk markedsføringsret er dog ikke automatisk mindre streng for virksomheder end den grønlandske markedsføringslov er, idet der for eksempel gælder et højt forbrugerbeskyttelsesniveau i EU.

Der findes naturligvis også andre regioner, hvor det modsatte er tilfældet; men Naalakkersuisut finder det ikke hensigtsmæssigt at udforme grønlandske lovforslag ud fra laveste globale fællesnævner, da vores love skal afspejle vores egne værdier.

Det er Naalakkersuisuts opfattelse, at der bør gælde et højt forbrugerbeskyttelsesniveau her i landet, så borgerne trygt kan handle i lokale butikker og på grønlandske hjemmesider.

Vedr. begrebet ”sponsorering” i § 9 b

Det fremgår af den foreslåede § 9 b, stk. 4, at forbuddet mod sammenblanding af markedsføring for forbrugslånsudbydere og gambling i den foreslåede § 9 b, stk. 1 på visse betingelser ikke gælder markedsføring, der sker ved en långivers sponsorering af idræt og almennyttige foreninger og fonde.

Markedsføring, der sker ved sponsorering, skal forstås som den markedsføring, der sker som led i en sponsoraftale aftalt mellem långiveren og den pågældende idrætsorganisation, almennyttige forening eller fond. For eksempel mellem en bank og en lokal idrætsforening.

Ved sponsoraftaler forstås en skriftlig aftale med en bank eller anden udbyder af forbrugslån om ydelse af direkte eller indirekte tilskud til finansiering af aktiviteterne i en idrætsorganisation, almennyttig forening eller fond med henblik på at fremme forbrugslånsvirksomhedens navn, logo, image, aktiviteter eller produkter.

Det er krav, at der er tale om en skriftlig sponsoraftale, så Forbruger- og Konkurrencestyrelsen kan kontrollere, at markedsføringen af forbrugslånsudbyderen er en del af aftalen.

Alle typer markedsføring af forbrugslångiveren og dennes produkter er undtaget fra forbuddet, når den sker som udmøntning af en sponsoraftale.

Det kan for eksempel være markedsføring, der sker ved trøjesponsorater, navnesponsorater, i klubblade, på bandereklamer, sponsorvægge og lignende. En låneudbyder vil for eksempel kunne fremgå side om side med en spiludbyder som sponsornavn på en fodboldtrøje, uanset hvor trøjen vises.

På samme måde vil sponsorreklamer for både forbrugslånsvirksomheder og spiludbydere kunne fremgå sammen ved koncerter arrangeret af en almennyttig forening eller fond, også selvom koncerten f.eks. live transmitteres.

Undtagelsen i § 9 b, stk. 4 vil også omfatte sponsorering af byggeriet af en ny sportshal eller sponsorering af sportsstævner, så længe der er tale om en sponsoraftale mellem en långiver og en idrætsorganisation, almennyttig forening eller fond.

Undtagelsen gælder desuden digitale medier, som for eksempel en hjemmeside og sociale medier, som den pågældende idrætsorganisation, almennyttige forening eller fond har råderet over.

Vedr. § 8 om sproganvendelse i markedsføring og skiltning

Siumut nævnte i sin ordførertale, den gældende lovs § 8 om sproganvendelse i markedsføringsloven.

Naalakkersuisut vil overlade det til Inatsisartut at tage stilling til, om Inatsisartut ønsker at ændre formuleringen i § 8.

Naalakkersuisut kan oplyse, at bestemmelsen om sproganvendelse var genstand for en omfattende politisk debat ved markedsføringslovens vedtagelse i 2015. Og der kommer en uddybning af dette nedenfor.

Debatten i 2015 afspejlede hovedsageligt de modstående hensyn til på den ene side at fremme brugen af det grønlandske sprog i reklamer, samt på den anden side ikke at pålægge de erhvervsdrivende ekstraudgifter og administrative byrder, der ville medføre højere priser for forbrugerne.

Spørgsmålet om markedsføring på grønlandsk blev også behandlet i Erhvervsudvalgets betænkning FM/EM 2015/91.

I betænkningen fremgik det, bl.a. at Grønlands Arbejdsgiverforening udtrykte bekymring for specielt de mindre erhvervsdrivendes økonomi, hvis al markedsføring skal foregå på grønlandsk.

Det fremgik endvidere af bilag til betænkningen, at Institut for Menneskerettigheder havde udarbejdet et notat om markedsføringsloven. Notatet behandlede spørgsmålet om indgreb i erhvervsdrivendes ytringsfrihed.

Resultatet i den vedtagne lov blev dengang en regel om, at grønlandske virksomheder skal bestræbe sig på, at deres skriftlige markedsføring i det offentlige rum i videst muligt omfang udformes på grønlandsk.

Det indebærer en pligt for virksomhederne til at aktivt at forholde sig til, hvorvidt de med fordel kan benytte grønlandsk i deres markedsføring. Eller om de, selv om

det ikke måtte være tilfældet, i øvrigt let kunne benytte sig af grønlandsk uden mærkbare ulemper eller meromkostninger.

Ved “*i videst muligt omfang*” forstås ifølge bemærkningerne til bestemmelsen situationer, hvor det uden uforholdsmæssigt store vanskeligheder er muligt for den erhvervsdrivende at markedsføre sig på grønlandsk. Det er bl.a. ikke hensigten, at bestemmelsen skal påføre de erhvervsdrivende yderligere omkostninger (for eksempel til professionel tolkning), der i sidste ende vil lede til stigende priser for kunderne.

Det er heller ikke hensigten, at kravet skal medføre uforholdsmæssige praktiske vanskeligheder i øvrigt, herunder forringelse af markedsføringens udformning, frekvens og effektivitet (så virksomheden for eksempel kun sjældent ville kunne udsende reklamer, eller kun kunne benytte sig af standardtekster i dem).

Vurderingen af, om det er tilfældet, påhviler som udgangspunkt den enkelte virksomhed selv, jf. bemærkningerne til bestemmelsen. Virksomheden er overladt et bredt forretningsmæssigt skøn, da den har den største indsigt i sine økonomiske og praktiske forhold, sin forretningsmodel og sin aktuelle og fremtidige konkurrencesituation og strategi på markedet.

Har en virksomhed aktivt forholdt sig til spørgsmålet, så vil dens egen vurdering derfor i almindelig blive lagt til grund. Ved helt åbenlyst ubegrundede eller usaglige vurderinger, kan der dog statueres overtrædelse af god markedsføringsskik, jf. § 8, jf. § 1, stk. 1.

Paragraffen er derfor i sin nuværende udformning ikke en pligt til altid at skulle benytte sig af grønlandsk i sin offentlige skriftlige markedsføring; men derimod til løbende at være opmærksom på, om man let eller endda med kommerciel fordel kunne gøre det.

Ved en eventuel ændring af § 8, hvor det bliver et krav, at skriftlig reklamering, skiltning og markedsføring i det offentlige rum skal ske på grønlandsk, er der risiko for højere priser for forbrugerne, herunder fødevarerpriser, fordi nogle butikker ville skulle afholde ekstra udgifter til oversættelse og skiltning.

Det kan især medføre, at de mindre butikker kan blive presset i forhold til oversættelsesopgaver og administrative opgaver, som igen vil kunne medføre højere priser for forbrugerne.

Som nævnt ovenfor vil Naalakkersuisut overlade det til Inatsisartut at tage stilling til, om Inatsisartut ønsker at ændre formuleringen i § 8 om sproganvendelse i markedsføring og skiltning.

Vedr. engelsksproget fødevaremærkning

Da reglerne om sprogkrav til fødevaremærkning er fastsat i Selvstyrets bekendtgørelse nr. 31 af 17. august 2020 om mærkning af fødevarer ("mærkningsbekendtgørelsen"), som er udstedt med hjemmel i bemyndigelsesbestemmelsen i markedsføringslovens § 16, stk. 1, kan de allerede ændres af Naalakkersuisut.

Hvis det ønskes at ligestille engelsksproget fødevaremærkning med fødevaremærkning på grønlandsk og dansk, er det således ikke nødvendigt at foretage nogen ændringer i selve markedsføringsloven, da det allerede kan ske ved at der udstedes en ny mærkningsbekendtgørelse med hjemmel i den eksisterende lov.

Inussiarnersumik inuulluaqqusillunga

Med venlig hilsen



Múte B. Egede

Nunanut allanut, Inuussutissarsiornermut, Aatsitassanullu Naalakkersuisoq

Naalakkersuisoq for Udenrigsanliggender, Erhverv og Råstoffer