

Hermed sluttede forhandlingen.

Afstemning

Forslaget til folketingsbeslutning forkastedes, idet 8 (FP) stemte for, 126 (S, KF, V, SF, CD, RV og KRF) imod.

Den næste sag på dagsordenen var:

18) Anden behandling af lovforslag nr. L 211:

Forslag til lov om markedsføring.

Af industri- og samordningsministeren (Mimi Jakobsen).

(Fremsat 2/3 94. Første behandling 16/3 94. Betænkning 24/5 94).

Der var stillet 13 ændringsforslag i betænkningen.

Uden for betænkningen var der ikke stillet ændringsforslag.

Sammen med denne sag foretoges den næste på dagsordenen opførte sag, nemlig:

19) Anden behandling af lovforslag nr. L 212:

Forslag til lov om ændring af lov om mærkning og skiltning med pris m.v.

Af industri- og samordningsministeren (Mimi Jakobsen).

(Fremsat 2/3 94. Første behandling 16/3 94. Betænkning 24/5 94).

Der var ikke stillet ændringsforslag.

Lovforslagenes paragraffer, ændringsforslagene og spørgsmålet om deres overgang til tredje behandling sattes til forhandling under ét.

Forhandling

Flemming Hansen (KF):

Markedsføringsloven betragtes jo med rette som erhvervslivets grundlov. Jeg skal sige med det samme, at den konservative folketingsgruppe ikke kan støtte lovforslaget. Vi vil ikke have et Forbudsdanmark. Vi er utilfredse med paragrafferne om tilgift, om rabatmærker og forbud mod konkurrencer. Vi ønsker ikke et Forbudsdanmark.

Jeg skal på den anden side sige, at vi har været tilfredse med industriministerens forhandlinger i sagen, og vi har været tilfredse med forhandlingerne med industriministeren. Ministeren er gået så langt, som det har været muligt for hende, idet hun til syvende og sidst ikke kunne få Socialdemokratiet til at stemme for de ændringsforslag, som vi gerne havde set gennemført. Jeg synes, at ministeren har strakt sig ganske langt, og derfor vil vi også stemme for mange af de ændringsforslag, som ministeren er kommet med, og som man er nået frem til efter ganske konstruktive forhandlinger.

Hvis jeg ser på de enkelte ændringsforslag og først kigger på forslaget om tilgift, er vi tilfredse med den særordning, der er kommet for SAS, og vi er tilfredse med, at andre internationale danske firmaer, der måtte komme i samme situation, vil få samme behandling som SAS. Men vi ønsker først og fremmest paragraffen væk, og det har vi ikke kunnet få; derfor stemmer vi ikke for lovforslaget.

Ser vi på paragraffen om rabatmærker, er vi tilfredse med, at FDB ikke længere skal have nogen særbehandling. Det sagde vi under førstebehandlingen var en urimelighed, og jeg er glad for at konstatere, at FDB selv har henvendt sig til regeringen og sagt: Vi ønsker ikke nogen særstilling inden for detailhandelen, vi skal nok klare os i konkurrencen med den øvrige detailhandel. Det synes jeg tjener FDB til megen ros. Man må huske på, at der er to formål, når virksomhederne har rabatmærker i deres annoncering. Dels er det et markedsføringsinitiativ, men det er sandelig også for at undersøge effekten af den markedsføring, man laver.

Må jeg sige om lovforslagets § 18 vedrørende Forbrugerombudsmanden: Der er vi naturligvis tilfredse med, at ministeren har indsat den paragraf, der var i den forrige regerings oprindelige lovforslag. Det er en anerkendelse af, at det er et bedre forslag, og det er vi tilfredse med. Men vi ønsker en tidsfrist indsat, således at virksomhederne kan påregne, at Ombudsmanden vil give svar på de forhåndstilmedinger og forhåndsansøgninger, man ønsker. Derfor stemmer vi for vores eget ændringsforslag, men selvfølgelig også for regeringens, som er en klar imødekommelse af vores ønsker.

[Flemming Hansen]

Generelt må jeg gentage, at vi ikke ønsker et Forbudsdanmark. Vi ønsker en lov, som kan administreres, en lov, som kan efterleves. Når en lov ikke efterleves, er der to muligheder. Den ene er, at loven ganske enkelt er lavet så forkert, at der ingen rimelighed er i den, og derfor overtræder stort set alle loven.

Den påstand ville jeg gerne undersøge. Jeg siger nu til ministeren, hvis ministeren vil være så venlig at høre godt efter: For at se, om markedsføringsloven overholdes, gik jeg, fru minister, i går en tur fra Rådhuspladsen og 100 meter ned ad Vesterbrogade. Det er altid godt at se forskellen mellem den politiske teori og den erhvervsmæssige praksis, og jeg tænkte: Hvordan overholdes den lov, som vi har i dag, i grunden? Jeg gik 100 meter fra Rådhuspladsen og ned til Scalabygningen – jeg tror, ministeren er klar over, hvor det ligger – og jeg fandt tre eksempler på overtrædelse af markedsføringsloven på 100 meter. Først gik jeg ind hos McDonald's, hvor jeg konstaterede, at dér kan man få »fødselsdagsselskab for sine børn, og selvfølgelig er der en fødselsdagskage og en gave til fødselsdagsbarnet.«

Altså ren og skær tilgift, og det vil ministeren forbyde!

Så gik jeg længere ned, fru minister, til den næste burgerrestaurant, der hedder Burger King. Dér kan man få rabatkuponer, så det brager, endda til at deltage i laser-action-spil. Masser af muligheder.

Så gik jeg ned i Scala, fru minister. Dér fandt jeg en annonce for Scala og alle deres lyksaligheder. Der var blandt andet en annonce for en fitnessklub, som lovede faste balder og store bryster – jeg gentager: faste balder og store bryster – hvis man meldte sig ind i fitnessklubben, og så kunne man endda få en gratis prøvetime i klubben. Også det er en overtrædelse af markedsføringsloven.

På 100 meter tre overtrædelser af markedsføringsloven! Det er den markedsføringslov, regeringen vil gennemtrumfe i dag. Man ved 100 pct. sikkert, at den bliver overtrådt i tusindvis af gange om dagen. Hvorfor vil man så ikke lytte til, hvad alle erhvervslivets organisationer og den konservative folketingsgruppe siger?

Sonja Mikkelsen (S):

Der er jo ingen, der er i tvivl om, at De Kon-

servative ikke ønsker noget såkaldt Forbudsdanmark. Men jeg skulle hilse og sige, at i Socialdemokratiet ønsker vi ikke noget hensynsløst Danmark.

Det er vores opfattelse, at vi bl.a. skal bruge en markedsføringslov til at forhindre en hensynsløs udnyttelse af markedskræfterne til ugunst for forbrugerne og til skade for de erhvervsdrivende, som rent faktisk ønsker at sælge deres varer på helt redelig vis til en gennemskuelig pris, så ingen er i tvivl om, hvad det er, de køber, hvad det er, de får for pengene, og hvad de betaler for det.

Vi ønsker altså her at regulere markedet af hensyn til de ordentlige og dem, der gerne vil sælge deres varer på nogle ordentlige måder, også af hensyn til forbrugerne, så forbrugerne er sikre på, at de kan få gennemskuelige priser.

Det er hovedårsagen til, at vi overhovedet har en tilgiftsparagraf i den danske markedsføringslov og fortsat vil have det, efter at vi nu har moderniseret loven og udfoldet alle de bestræbelser på at gøre det så godt som muligt.

De ændringsforslag, som er stillet af regeringen, har jo i høj grad været et forsøg på også at imødekomme kritik og forslag, der har været både fra højre side i salen og fra organisationer og andre uden for huset. Med de ændringsforslag, der foreligger, mener jeg faktisk, at vi har taget højde for alle de risici, der måtte være for, at vi med markedsføringsloven kunne bidrage til nogen form for konkurrenceforvridning.

Tværtimod gør vi det nu klart med markedsføringsloven, hvilke spilleregler der er i forbindelse med at sælge varer til forbrugerne, og vi regulerer tillige forholdene imellem de erhvervsdrivende.

Så jeg undrer mig faktisk noget over, at De Konservative nu meddeler, at man ikke kan stemme for loven med de ændringer, der vil blive en følge af den afstemning, vi får efterfølgende, og at man heller ikke vil stemme for lovforslaget, når det skal vedtages endeligt i morgen.

(Kort bemærkning).

Kai Dige Bach (KF):

En af grundene til, at De Konservative ikke kan stemme for lovforslaget, er den socialdemokratiske ordførers mangel på forståelse for det virkelige liv.

[Kai Dige Bach]

Jeg vil meget gerne have, om fru Sonja Mikkelsen ville gå herop og forklare os, hvad det er, hun f.eks. har imod rabatkuponer.

Jeg kan ganske simpelt ikke forstå, hvorfor et museum ikke må tilbyde to billetter for én billets pris eller 10 pct.s reduktion i en lille annonce, hvis de tager annoncen med, når de vil besøge det museum. Det samme gælder en masse varer.

Vi har jo alle sammen været udsat for klager over, at der kommer for mange reklametryksager ind ad brevsprækkerne. Men næsten den eneste måde, hvorpå man kan finde ud af, om en reklametryksag har et formål, er jo at se, om folk dukker op med reklamen i hånden, når de vil benytte sig af tilbudet. Der er da ikke noget fordækt ved et tilbud, så længe det står på tryk og man ved, hvad det koster.

Jeg kan ganske simpelt ikke forstå denne hidsighed over for det, som man bruger over hele verden. Jeg kunne ligefrem frygte, at de mennesker, der beskæftiger sig med reklame i Danmark, ikke ville have nogen mulighed for at begå sig ude i verden, for de kunne ganske enkelt ikke opfinde en brøddel af de ting, der bliver brugt rundt omkring.

Vi bliver sådan et lille beskyttet uland, som der bliver grinet ad i resten af verden, og hvor vi i hvert fald ikke kan gå videre med de erfaringer, vi får herhjemme.

Så dumme er forbrugerne ikke. De kan sagtens beskytte sig selv.

(Kort bemærkning).

Flemming Hansen (KF):

Jeg er helt enig med fru Sonja Mikkelsen i, at den konservative folketingsgruppe har fået mange fornuftige ting med i denne markedsføringslov. Men, fru Sonja Mikkelsen, vi har ikke fået nok.

Vi ønsker ikke et Forbudsdanmark. Jeg vil gerne bede fru Sonja Mikkelsen komme herop og fortælle, hvad hensynsløst – det var det udtryk, fru Sonja Mikkelsen brugte – der er i, at McDonald's i forbindelse med et fødselsdags-selskab giver en gave til de børn, der har fødselsdag. Hvor er det hensynsløse i det?

Som hr. Kai Dige Bach siger: Tror fru Sonja Mikkelsen virkelig, at forbrugerne er så dumme? Det er jo ikke alle forbrugere, der er så betontænkende som fru Sonja Mikkelsen.

(Kort bemærkning).

Sonja Mikkelsen (S):

Det er jo ikke godt at vide, hvornår nok er nok, hr. Flemming Hansen, men de konkrete ændringer, vi har foretaget i markedsføringsloven mellem første og anden behandling, er faktisk en konkret imødekommelse af de stærkeste kritikpunkter, der har været rejst både fra De Konservative og Venstre, men i høj grad fra De Konservative. De er imødekommet fuldstændig i forhold til de stærkeste kritikpunkter, man rejste i forbindelse med førstebehandlingen og man efterfølgende har rejst i forbindelse med andenbehandlingen. Derfor kan det undre, at De Konservative ikke synes, at det er nok. Men sådan er det jo somme tider i politik, at nok ikke nogen sinde kan blive nok.

Så vil jeg gerne sige noget om rabatkuponer til hr. Kai Dige Bach. Et lille eksempel: Vi har et forbud mod mængdebegrænsning i markedsføringsloven; den opretholdes også, og den betyder, at man ikke må begrænse det antal, man kan købe som forbruger på tilbud, hvis den tilbudsvare, man er ude med, er en almindelig vare, som er almindeligt tilgængelig. Det forbud mod mængdebegrænsning bliver hver dag omgået med rabatkuponer. Og hvad betyder det? Det betyder, at den købmand, som ikke har en stor omsætning af f.eks. bajere – nu vil jeg gerne have, at hr. Kai Dige Bach hører efter – kan gå til det store supermarked og købe så mange kasser, som han mener han kan omsætte, til en lavere pris dér, end han rent faktisk kan få leveret direkte fra leverandøren til sig selv. Det betyder med den fjernelse af rabatkuponer, vi her lægger op til, at denne købmand også kan få glæde af de store rabatter, som de store indkøbere kan få, men som de små med deres lille omsætning aldrig kan få glæde af på grund af de mekanismer, der nu engang er mellem erhvervsdrivende. Det har været en meget vigtig begrundelse for os.

Den anden begrundelse er naturligvis hensynet til forbrugerne, således at de ikke skal slæbe rundt på alle mulige tilbudsaviser for at finde ud af, hvordan man nu bedst får den billigste kaffe osv. I stedet for lægger man op til, at de erhvervsdrivende selvfølgelig skal mærke varerne med den reelle pris, så man er sikker på, at prisen på den vare, man køber, rent faktisk er den korrekte pris og ikke en overpris.

(Kort bemærkning).

Flemming Hansen (KF):

Undskyld, jeg siger det, men man spørger altså sig selv, om ikke der er nogle huller i fru Sonja Mikkelsens viden. Fru Sonja Mikkelsen taler om mængdebegrænsning. Den del af lovforslaget støttede vi stærkt under førstebehandling. Hr. Kai Dige Bach talte om rabat-kuponer. De to ting har intet med hinanden at gøre. Når man går op og svarer på rabat-kuponer, kan man da ikke konkludere på mængdebegrænsning. Vi synes, det er fint, at den lille købmand får endnu en chance for at overleve med det forbud mod mængdebegrænsning, der er indført.

(Kort bemærkning).

Kim Behnke (FP):

Det er den virkelig ægte socialdemokratiske ideologi, der skinner igennem, når fru Sonja Mikkelsen står her fra talerstolen og fortæller, at man skal vide, hvad den rigtige pris er på varen. Jamen hvem er det, der skal bestemme det? Er det fru Sonja Mikkelsen eller en afstemning på et møde i den socialdemokratiske folketingsgruppe? Eller skal det være en afstemning her i salen? Jeg skulle hilse og fortælle fru Sonja Mikkelsen, at markedsøkonomi fungerer på den måde, at den rigtige pris er noget, der afgøres mellem udbud og efterspørgsel. Det er den første lektion på økonomistudiets første time. Sådan er det. Og hvis ikke man er tilhænger af, at det skal være sådan, så gå op og sig, hvad det er, man vil have! Det er et planøkonomisk samfund, hvor det er en politisk beslutning eller en kommissærbeslutning, hvad prisen er på havregryn, kartofler og skotøj. Hvad det angår, skal jeg hilse og sige, at der er adskillige millioner mennesker i Østeuropa, som har prøvet det; de vil gerne have sig det frabedt og vil gerne advare os imod at benytte os af den slags ting. Men det er konsekvensen af fru Sonja Mikkelsens indstilling. Man kan ikke gå halvvejs. Man kommer enten til at have fri markedsøkonomi med fri prisdannelse, eller også kommer man til at få et kommissærsamfund, hvor der bliver ventelister og kø, ligesom vi har på så mange andre områder, hvor man har sat markedsmekanismen ud af kraft her i landet.

Fru Sonja Mikkelsens ønske om, at den frie købmand, den lille bager eller den lille håndværker skal kunne købe varerne til den samme pris hos leverandøren eller fabrikanten som den, der køber hjem i enorme mængder, holder jo ikke. For alle varer er det sådan. Selv når fru Sonja Mikkelsen går ned og gør indkøb, er det sådan, at der selvfølgelig er mængderabat. Jo større mængder man kan købe, jo billigere får man varerne. Det er også en del af den frie markedsøkonomi. Hvis man vil sætte det ud af kraft og sige, at alle mennesker skal kunne købe alle varer til den samme pris, så har vi planøkonomien, og det må vi advare imod.

(Kort bemærkning).

Sonja Mikkelsen (S):

Jeg vil gerne sige, at markedsføringsloven intet har at gøre med at regulere priserne. Det, markedsføringsloven regulerer, er måden, man handler på, og det betyder, at man her lægger op til, at vi fastholder et forbud mod tilgift, et forbud, som betyder, at forbrugerne til hver en tid kan se, hvad det er for en vare, de betaler for, og hvad de skal betale for den; man skal ikke forstyrres af alle mulige andre elementer, som kan følge med i forbindelse med det køb, man er i gang med.

Med markedsføringsloven ønsker vi i Socialdemokratiet at fastholde en klar og gennemskuelig prisdannelse, så forbrugerne kan se, hvad det er, de køber, og hvad det er, de betaler for.

Hvad angår rabat-kuponer, må jeg prøve, om jeg kan forklare hr. Flemming Hansen det også. Jeg vil gerne sige, at foreningsrabatter jo overhovedet ikke er omfattet og reguleret af markedsføringsloven. Det er punkt 1, hvis man skulle have misforstået det.

Punkt 2 – og det er også til hr. Kim Behnke – er, at når en stor forretningskæde kan indkøbe store mængder, kan man opnå meget store rabatter. Det indebærer, at den udsalgspris, man kan sælge til, er lavere end den indkøbspris, en lille købmand, der kun køber lidt, kan købe varen til. Derfor er det vigtigt, at vi har forbudet mod mængdebegrænsning, for det betyder, at den lille købmand med den lille omsætning kan gå hen i det store varehus og købe det antal varer, han synes han skal bruge i sin forretning, og videresælge dem. Men det kan han jo

[Sonja Mikkelsen]

kun, hvis han kan købe det antal, som han har brug for, ikke hvis han skal stå med en rabat-kupon. Hvis han skal stå med en rabatkupon for at få den lave pris på varen, er han blevet begrænset i at købe det antal, som han gerne vil købe. Og dér er det, at rabatkuponerne i de senere år er blevet brugt til at omgå forbudet imod mængdebegrænsning, som jeg i øvrigt forstår at vi er enige om.

Nu håber jeg, at man har forstået det; ellers tager jeg gerne en tredje kort bemærkning.

Første næstformand (Ivar Hansen):

Men så skal taletiden overholdes.

(Kort bemærkning).

Kai Dige Bach (KF):

Jeg må desværre bedrøve fru Sonja Mikkelsen. Jeg kan desværre ikke forstå det; jeg ville ellers gerne. Jeg kan ikke se, at jeg har fået noget svar på, hvorfor man ikke skal have lov til at undersøge, om ens budskab virker, og jeg kan ikke forstå, hvorfor der ikke på en rabatkupon kan stå, hvad varen koster.

Jeg er også uenig i mængdebegrænsningen på den måde, at det, der har været baggrunden for, at vi gik ind i mængdebegrænsningen, væsentligst har været, at når man dumpede varer eller af reklamemæssige grunde solgte dem under indkøbspris, måtte der ikke være nogen begrænsning for, hvor mange penge man skulle tabe på det, og det ville så holde orden i markedsøkonomien.

Men jeg er ulykkelig over, at et lille museum eller en lille forretning nu skal annoncere alle vegne uden at have nogen som helst oversigt over, om det hjælper eller det ikke hjælper. Jeg synes, det ville være så rart, hvis vores lille nye morskabsmuseum f.eks. kunne give lidt rabat med en rabatkupon i et eller andet blad, sådan at man kunne få folk ind at se det og man vidste, at det hjalp, når man averterede dér og man ikke var nødt til at have nogle kæmpe-mæssige annoncebudgetter og skrive en masse ting.

Her fjerner man noget effektivitet og en begrænsning af reklameomkostningerne for erhvervslivet og for forbrugerne, og det er ganske overordentlig u hensigtsmæssigt.

Svend Erik Hovmand (V):

Flere forbud, flere påbud, flere restriktioner

og mere bureaukrati. Det er kort sagt, hvad denne nye udgave af markedsføringsloven – denne nye betonsocialistiske udgave af markedsføringsloven – handler om.

Vi har nu overværet en debat mellem den socialdemokratiske ordfører, fru Sonja Mikkelsen, og en række andre ordførere, hvor den socialdemokratiske ordfører klart har tilkendegivet sin kærlighed til denne betonsocialistiske udgave af markedsføringsloven. Det er selvfølgelig fair nok – det er jo rigtig socialistisk politik – og godt nok.

Socialdemokratiet har ikke lagt skjul på, hvad Socialdemokratiet ønsker, nemlig at styre og dirigere med flere forbud, flere restriktioner og mere bureaukrati. Det er ærlig snak, men man kan ikke tilbageholde en stille undren over, at den socialdemokratiske ordfører kan tegne samtlige regeringspartier med det, hun her siger. Der er dog andre medlemmer af denne regering, som har liberale holdninger som grundlag i deres partiprogram, og som ikke ligefrem hører til dem, der står i forreste række, når det drejer sig om nye betonsocialistiske krav om mere formynderi og mere detailregulering af et frit erhverv. Det kan jeg undre mig lidt over.

Men jeg tror også, at mange handlende og mange forbrugere har svært ved at forstå denne lovgivning. Det må være svært for en forbruger at forstå, at det skal være samfundsskadelig virksomhed at deltage i en harmløs konkurrence, når man køber en pakke havregryn, eller at anvende en 5 kr.s-rabatkupon, når der åbner en ny forretning. Er det samfundsskadelig virksomhed, hvor ordensmagten altså skal gribe ind med bødestraf, og hvad ved jeg? Jeg synes, det er at gå alt, alt for vidt selv for dem, som måtte være tilhængere af det planøkonomiske system.

Og det gør man så i en situation, hvor man i øvrigt forskelsbehandler i en grad, som er meget, meget svær for mennesker at forstå. Eksempelvis de store indkøbsorganisationer, Lærernes Indkøbscentral og alle mulige andre, får lov til at køre videre med store procentrabatter, men hvis folkepensionist fru Petersen er så formastelig at klippe en lille kupon ud med en 2 eller 5 kr.s rabat til en eller anden butik, falder hammeren, og så falder ordensmagten over hende. Det er virkelig forskelsbehandling.

[Svend Erik Hovmand]

Så er der spørgsmålet om tilgift. Vi påpegede allerede ved førstebehandlingen, at der var en række helt oplagte urimeligheder i lovgivningen. Jeg tænker ikke bare på den lapsus, som jeg går ud fra at det måtte have været, at man altså vil forfordele den frie købmand frem for brugsforeningerne; det har man nu fået rettet og godt nok med det. Jeg tænker også på den omstændighed, at SAS kom i en helt urimeligt vanskelig situation i forhold til sine konkurrenter; også det har man nu fundet en løsning på. Desuden har man nævnt andre virksomheder i tilsvarende situationer. Det er ikke helt klart, om der her er tale om luftfartselskaber alene – det er der måske. Det kan vi spørge ministeren om – men lad det nu ligge.

Andre virksomheder skal have mulighed for at få dispensation fra reglerne om tilgift. Dispensationen skal gives af ministeren. Jamen hør, hvad er det for noget? Det vil altså sige, at den til enhver tid siddende minister skal have hals- og håndsret over den enkelte virksomhed og dennes muligheder for at klare sig i konkurrencen med udenlandske virksomheder eller med virksomheder fra udlandet, der påvirker dens virksomhed i Danmark.

Her er vi inde på et område, hvor enhver burde kunne se, at det er umuligt at administrere, og jeg forstår godt, at Forbrugerombudsmanden tager sig til hovedet ved tanken om, at han skal administrere sådan en lovgivning, hvor noget er tilladt for nogle og strengt forbudt for nogle andre. Det lader sig ikke gøre at gennemføre en lovgivning i praksis, som virker fornuftigt på et sådant område.

Udgangspunktet for hele denne diskussion er efter min opfattelse forkert. Man burde tage udgangspunkt i EU-lovgivningen, hvis man endelig vil lave noget på tilgiftsområdet, og sige: Jamen så må vi have samme regler overalt i EU-landene.

I stedet for at se på den internationale handel, i stedet for at se på den grænseoverskridende handel, i stedet for at se på Danmark som medlem af et indre marked, hvor vi jo selv presser på for at få realiseret alle reglerne, går man den modsatte vej, man kapsler Danmark inde, laver særregler i Danmark og laver særlige restriktioner for dansk erhvervsliv, som så vil stå dårligere i konkurrencen med udenlandske virksomheder.

Det koster arbejdspladser sådan noget, og det ved alle, der har med denne sag at gøre. Selv i Forbudsverige arbejder man nu på at liberalisere markedsføringsloven og fjerne nogle af restriktionerne. Efter Venstres opfattelse har hverken forbrugerne eller de handlende brug for mere formynderi i Danmark. Vi har ikke brug for flere forbud. Vi har ikke brug for mere bureaukrati. Tværtimod bør vi i pagt med den stigende internationale samhandel gennemføre mere frihed og større liberalisering, og derfor må denne nye forbudslov ændres igen, når Danmark får en ny regering.

(Kort bemærkning).

Sonja Mikkelsen (S):

Til hr. Svend Erik Hovmands bemærkninger om, at vi bør harmonisere regler på tilgiftsområdet i EF, vil jeg gøre opmærksom på, at det sådan set ikke er noget problem for Danmark med den markedsføringslov, som vi nu vedtager, hvori vi viderefører tilgiftsforbudet. Det er faktisk sådan, at bortset fra Storbritannien, Portugal, Italien og Grækenland har man tilgiftsforbud i forskellige udgaver i samtlige de øvrige EF-lande plus de nordiske lande, som nu søger optagelse i EF.

Det vil sige, at vi ikke har nogen problemer i den sammenhæng, og det betyder også, hr. Svend Erik Hovmand, at det vil være meget vanskeligt overhovedet at komme i den situation, at der bliver indgivet dispensationsansøgninger efter tilgiftsforbudets nye undtagelsesbestemmelse – altså fra andre virksomheder end luftfartsselskaber, som kan få dispensation i nogle ganske særlige tilfælde – for det indebærer, at den konkurrence, man udsættes for, selvfølgelig er en lovlig konkurrence, en lovlig måde at markedsføre sig på i det udenlandske firmas hjemland, og det vil det kun være i meget sjældne tilfælde. Bortset fra, når der er tale om virksomheder, der er lokaliseret i Storbritannien, vil det stort set aldrig kunne forekomme, at man er udsat for konkurrence, som sker på lovlige vilkår i forhold til de tilgiftsforbud, der eksisterer i de andre europæiske lande.

Men jeg synes faktisk også, at det er en god idé, at man af hensyn til at styrke forbrugerpolitikken i EF-sammenhænge arbejder for, at der bliver ensartede tilgiftsforbudsregler i de europæiske lande, så også England på det område kan komme med ind i dette selskab og ind

[Sonja Mikkelsen]

i en situation, som er et velfærdssamfund værdigt.

(Kort bemærkning).

Svend Erik Hovmand (V):

Jeg synes, det er nødvendigt at sige her, at fru Sonja Mikkelsen må have et stærkt behov for at følge lidt mere med i, hvad der foregår i verden omkring hende.

Sagen er jo den, at udviklingen i disse år går i retning af mere frihandel, mere grænseoverskridende handel og større frihed på tværs af grænserne. Jeg vil bare give et eksempel: Hvis fru Sonja Mikkelsen lukker op for sit fjernsyn og vælger en af de mange kanaler, som den danske befolkning efterhånden kan modtage, vil hun få en masse udenlandske, dansksprogede reklamer i hovedet, oven i købet med tilbud om tilgift.

Men situationen er jo, at danske virksomheder stilles over for en konkurrence, de ikke har nogen mulighed for at imødegå, hvis dette lovforslag vedtages. Danske firmaer må nemlig ikke give tilgift i Danmark, hvorimod de udenlandske firmaer, som sender reklamer til danske seere, gerne må give tilgift ifølge deres hjemlands lovgivning. Enhver kan sige sig selv, at det er konkurrenceforvridning.

I øvrigt vil jeg sige, at hele spørgsmålet om tilgift er en meget, meget svært definerbar størrelse. Vi har ikke blot eksempler på konkurrence med udlandet, men også en lang række andre firmaer i Danmark har problemer. Tag f.eks. et ejendomshandlerselskab, som giver en gratis tilstandsrapport af de huse, der bliver solgt, oven i handelen; det er en tilgift, som jeg tror fru Sonja Mikkelsen ville være glad for at få ud fra sine erfaringer på området. Eller hvad med oliefyrsælgeren, som også giver en tilgift i form af et tilsyn af fyret? Vi har en masse af den slags tilfælde, som vi overhovedet ikke har mulighed for at kontrollere.

Tommy Dinesen (SF):

Det er jo den samme gang hykleri, vi hører, hver gang der skal foretages et eller andet på forbrugerområdet, og det er jo det, sagen drejer sig om. Det drejer sig ikke om betonsocialisme, som nogle er glade for at sige; men det må være dem, der ikke ved, hvad socialisme er. Det drejer sig om, at forbrugerne i dette land skal beskyttes.

Men uanset om vi diskuterer produktsikkerhed, markedsføringslov, eller hvad ved jeg, hører man det samme: Det koster arbejdspladser, vi kan ikke konkurrere, osv., osv. Men hvad er det, der sker? Vi prøver at sikre, at forbrugerne får at vide, hvad varens reelle pris er, og hvordan dens kvalitet er. Det er det, det drejer sig om, så hvorfor skal man absolut deltage i et eller andet lotteri og få en Volvo i nakken, når man køber en eller anden bog? Hvad er det dog for noget? Lad os dog få at vide, hvad varen koster, og lad os få en ordentlig kvalitet i de danske varer, så kan vi nemlig godt konkurrere med andre.

Det var nøjagtig det samme, vi hørte ved behandlingen af produktsikkerhedsloven, som har sikret, at Danmark nu kan sælge nogle ordentlige varer af virkelig høj kvalitet, fordi vi garanterer for den. Vi hørte den samme travet om Forbudsdanmark, og hvad ved jeg. Vorherre bevares, var jeg lige ved at sige!

Med hensyn til SAS, som længe har haft nogle bonusordninger, har vi fra SF's side sagt, at vi synes, det er i orden i nogle få tilfælde. Ikke når det drejer sig om postordrefirmaer, men lad os f.eks. sige, at Stena Line laver nogle bonusordninger, fordi de vil konkurrere med DFDS på færgeområdet; i et sådant tilfælde synes vi, det er i orden, at ministeren kigger nærmere på det.

Jeg skal slutte af med at sige, at vi stemmer for regeringens ændringsforslag til begge lovforslag.

(Kort bemærkning).

Svend Erik Hovmand (V):

Det er såmænd blot for at få afklaret en lille, men ikke uvæsentlig detalje. For et øjeblik siden sagde fru Sonja Mikkelsen, at man laver en undtagelsesbestemmelse, som giver ministeren mulighed for at fritage visse firmaer for forbud mod tilgift, og at andre firmaer, der er i den samme situation og har de samme problemer, også kan blive fritaget.

Men for få minutter siden talte hr. Tommy Dinesen om det samme problem og sagde, at det kun er meget, meget få firmaer og i meget enkeltstående tilfælde, man vil være parat til at give dispensation, men ikke til postordrefirmaer, som vi har ganske mange af i Danmark, og som er meget afhængige af denne lovgivning. Kan de blive fritaget, eller kan de ikke blive

[Svend Erik Hovmand]

fritaget? Jeg synes, det er et utrolig centralt spørgsmål, for her taler vi virkelig om masser af arbejdspladser, og jeg vil gerne have at vide fra fru Sonja Mikkelsen og hr. Tommy Dinesen og ikke mindst fra ministeren: Hvem er det, der kan få dispensation?

(Kort bemærkning).

Flemming Hansen (KF):

Hr. Tommy Dinesen taler om hykleri og om, at forbrugerne skal beskyttes, men hvad er det, forbrugerne skal beskyttes imod? Jeg synes, hr. Tommy Dinesens udtalelser med al ønskelig tydelig bekræfter, at han ligesom fru Sonja Mikkelsen ikke har begreb skabt om, under hvilke vilkår der konkurreres i erhvervslivet, og hvor behård konkurrencen er om hvert eneste produkt, der sendes på markedet, også her i Danmark.

Så taler man også om hykleri, og hvad er den dybere årsag til det? Hvad er det, der er hykleri? Tror hr. Tommy Dinesen og fru Sonja Mikkelsen ikke, at der er en fantastisk behård konkurrence på hvert eneste marked?

(Kort bemærkning).

Tommy Dinesen (SF):

Man behøver ikke sidde i Erhvervsudvalget for at være klar over, at konkurrencen er hård inden for dansk erhvervsliv, for det er der vel ikke nogen, der læser aviser til hverdag, der ikke er klar over.

Jeg skal gerne gentage, hvad det drejer sig om. SF ønsker, at forbrugerne kan få en kvalitetsvare til den reelle pris. Da Dansk Postordreforening mødte op i Erhvervsudvalget, sagde man jo også, at når man kastede den Volvo i nakken på køberne af den lille bog, var det simpelt hen en gang madsminke. Det var simpelt hen for at få folk til at købe noget, de ikke havde brug for, for så fik de jo chancen for at få den Volvo, som de ellers aldrig ville få råd til at købe. Det var overhovedet ikke prisen, der var afgørende.

Og det er jo netop det, det hele drejer sig om, når der er tale om postordre. Netop de, som ikke har de store butikker osv., har jo mulighed for at sætte prisen ned, og vi vil have, at de skal konkurrere på pris og kvalitet, fordi det er til fordel for forbrugerne.

(Kort bemærkning).

Sonja Mikkelsen (S):

Jeg skal sige, at indtil i dag har jeg ikke væ-

ret præsenteret for ét eneste firma, som er i en konkurrencemæssig situation, der kan sammenlignes med flyselskabernes, når de konkurrerer på de internationale markeder, og derfor kan jeg heller ikke sige, hvilke virksomheder der i givet fald kan blive omfattet af dispensationen. Indtil nu er vi simpelt hen ikke blevet præsenteret for én eneste virksomhed, som er i den situation, der er tale om her.

Hvad angår postordrefirmaerne, der er nævnt som et eksempel på en branche, hvor der er konkurrence, er det helt tydeligt – også efter at Dansk Postordreforening har haft foretræde for Erhvervsudvalget – at postordrefirmaerne klarer sig fint her i landet; de har gjort det med tilgift indtil nu, men de ville for så vidt heller ikke have problemer med at sælge deres varer, selv om de ikke måtte bruge tilgift. De vil bare gerne have lov til at bruge den, fordi det kan give dem en ekstra mulighed for måske at lokke folk til at købe nogle af deres varer, altså et forsøg på at fremme afsætningen på en anden måde end den mere direkte facon.

Hvis vi åbnede mulighed for tilgift i al almindelighed, ville det ende med et Klondyke, fordi alle og enhver ville tage alle mulige initiativer i brug. Jeg er ikke et øjeblik i tvivl om, at den kampagne, der har været ført mod et forbud mod tilgift, bl.a. i dagbladet Børsen, i høj grad er inspireret af reklamebranchen, for hvem er det, der skal leve af at udtænke nye markedsføringsstiltag, hvis vi ikke længere havde nogen begrænsninger? Jo, det er selvfølgelig primært markedsføringsfirmaerne og reklamebranchen, som har den interesse, og den interesse ønsker vi ikke at pleje, så vi får et Klondyke og en jungle, som forbrugerne ikke har nogen chance for at gennemskue. Nej, lad os få klare priser, og det kan vi kun få ved at fastholde tilgiftforbudet.

(Kort bemærkning).

Svend Erik Hovmand (V):

Nu tror jeg ikke, forbrugerne har noget imod, at priserne er lavere, og jeg tror heller ikke, de har noget imod at få en tilgift.

Men jeg vil gerne understrege det, fru Sonja Mikkelsen sagde for et øjeblik siden. Jeg må forstå det sådan, at undtagelsen fra tilgiftbestemmelserne ikke kan omfatte postordrefirmaer. Det vil sige, at man accepterer, at mere end 60 store virksomheder her i Danmark bli-

[Svend Erik Hovmand]

ver forskelsbehandlet hver eneste dag, fordi det danske forbrugermarked oversvømmes med annoncer med tilgift, bl.a. via tv fra udlandet, og det har de danske virksomheder ikke nogen mulighed for at dæmme op for.

Man stiller altså danske virksomheder i en klart urimelig konkurrencesituation i forhold til udenlandske virksomheder, og hvis det er beskæftigelsesfremmende politik, må jeg indrømme, at jeg ikke forstår, hvad man mener med det udtryk i Socialdemokratiet. Men jeg vil gerne lade spørgsmålet gå videre til ministeren, for det er jo afgørende at vide, hvad undtagelsesparagraffen skal bruges til. Er det meningen, at den bare er sat ind som pynt og ikke skal bruges, eller vil den også kunne anvendes over for f.eks. postordrefirmaer?

Kim Behnke (FP):

Det var jo lige til at få tårer i øjnene af, da fru Sonja Mikkelsen kom med sit noget usmægelige udfald mod reklame- og markedsføringsbranchen. Jeg erindrer, at hendes eget parti for nylig har haft kontakter til reklame- og markedsføringsbureauer, der skulle finde ud af, hvordan Socialdemokratiet kunne få flere vælgere. Socialdemokratiet benytter sig altså selv af markedsføring og reklamebureauer for at få flere vælgere, og jeg kan hilse fru Sonja Mikkelsen og sige, at når en virksomhed henvender sig til et reklame- eller markedsføringsbureau, er det ikke, fordi man vil kaste gode penge efter dårlige penge, men fordi den pågældende virksomhed ønsker at få – ikke flere vælgere, men flere kunder.

Når man hører den socialdemokratiske ordfører i dag og ser på indholdet af lovforslaget og de ændringsforslag, vi skal tage stilling til i dag, er det næsten, som om det at være sælger er noget, man skal undskylde. Man skal undskylde, at man gerne vil have nogle kunder, og man skal næsten tigge og bede om lov til allernådigst at sælge sine varer; men sådan fungerer tingene selvfølgelig ikke.

Også i dag har fru Sonja Mikkelsen gjort meget ud af at fortælle, at det handler om forbrugerne; men det er en usmægelig nedgøring af de danske forbrugere at udnævne dem til at være nogle dumrianer, der ikke kan kende forskel på reklametilbudene på de varer, der bliver udbudt. Den danske forbruger kender godt forskellen mellem den gode og den dårlige va-

re. Men det er jo den samme puritanisme, der bliver givet udtryk for, som også var gældende, dengang vi diskuterede, om vi overhovedet skulle indføre radio- og tv-reklamer i Danmark. Uha uha, da var man også bange for, at forbrugerne nærmest ville blive voldtaget, når de så en sæbereklame i tv om aftenen, men i dag ved vi, at sådan forholder det sig ikke. I dag ved vi, at den puritanisme, der var så udtalt i Socialdemokratiet, heldigvis er blevet gjort til skamme, og derfor vil man om få år sidde og grine af, at vi kunne være så umanerlig dumme at vedtage disse skærpelser af markedsføringsloven, som tilfældet bliver i dag.

I det hele taget fristes man til at antage, at Socialdemokratiet gerne vil have en betongrå tilværelse. Når man kommer ind i et supermarked, hvorfor skal der så overhovedet være farvestrålende billeder på havregrynspakken? Der kunne da bare være en grå kasse, hvor der stod havregryn, vaskepulver eller mel på, for der er jo ingen grund til al den slags pjat, som forvirrer forbrugerne. Tænk, hvis en virksomhed trykte sin papkasse i en farve, der var mere iøjnefaldende, så ville forbrugerne jo blive forledt til at købe dette produkt i stedet for et andet. Men sådan skal det også være. Det er det, der gør tilværelsen mangfoldig, spændende og interessant, men jeg kan forstå, at det ikke passer ind i fru Sonja Mikkelsens grå og kedelige verdensbillede.

Det virkelig kedelige ved de ændringsforslag, vi skal behandle i dag, er at se, hvor stor magt lobbyismen og de store virksomheder har her i Folketinget. Det er nemlig ikke den lille købmand, den lille grønthandler eller den lille automobilhandler, der bliver tilgodeset; nej, det er det store multinationale, statsejede luftfartsselskab, der endnu en gang får sin vilje. Det er de store selskaber, der har den stærke magt over Socialdemokratiet, og det er storkapitalen, der får sin vilje gennemført. Det skete første gang, da Folketinget sidst diskuterede markedsføringslov, hvor man fjernede alle forslag fra Fremskridtspartiet om at ophæve loven og indførte en enkelt bestemmelse til gavn for SAS, efter at Jan Carlzon havde siddet og grædt oppe i Erhvervsudvalget og fortalt, at man ville flytte hele foretagendet til Malmø, hvis Folketinget ikke makkede ret. Så bøjede man nakken i det store Socialdemokrati og sagde: Ja, sådan må det vel være.

[Kim Behnke]

Og nu udvider man altså bestemmelsen til også at gælde for andre luftfartsselskaber, og som om det ikke var nok, har man fundet ud af, at man også må tage bilerne med, for folk lejer bil, når de har været ude at flyve. Der er også nogle, der bor på hotel, når de har været ude at flyve, så det må man også tage med.

Det fjerde er, at der bliver mulighed for, at ministeren kan dispensere. Men uden at det må opfattes personligt af ministeren ønsker vi ikke, at nogen person i dette land skal have magt til at kunne sidde og vende tommeltotten opad eller nedad. Ministeren får magt til at bestemme, om en virksomhed skal kunne leve eller dø, og vi vil få nogle helt groteske situationer, når to virksomheder inden for den samme branche kommer til at opleve, at den ene får dispensation, mens den anden måske ikke gør det. Virksomheden, som får dispensationen, går i gang med et eller andet reklameprojekt og uddeler rabatkuponer osv., og når den konkurrerende virksomhed ser, at det må man godt, går den også i gang; men så bliver den slæbt for domstolene og dømt, for den har jo ikke fået dispensation fra ministeren. Et sådant kommissærstyrede samfund ønsker vi ganske enkelt ikke, og som sagt lå der ikke noget personligt over for ministeren i det. Uanset om det var fru Sonja Mikkelsen, eller hvem det nu kunne være, der var minister, ville synspunkterne være de samme.

Fra den ene branche efter den anden har vi fået beskrevet, hvad man forventer af fremtiden. Ligeegyldigt om det er folk fra automobilbranchen eller fra forskellige former for tv-shopping, har de beskrevet, hvordan udviklingstendenserne er, og at denne lovgivning vil stikke en kæp i hjulet og vil medføre, at disse brancher flytter ud af landet – allerede i dag kan man se det inden for tv-shoppingbranchen. Det er enorme beløb, der bliver omsat inden for tv-shopping, men de går forbi Danmark, fordi vi ikke vil tillade den slags aktiviteter her i landet. Man må ikke forære folk en ægte perlekrans, hvis de samtidig køber en ferierejse, og man må heller ikke, som hr. Tommy Dinesen nævnte, have mulighed for at vinde en Volvo, når man køber en bog. Resultatet er, at disse omsætninger, disse aktiviteter og disse arbejdspladser går ud af Danmark, og om det så er i England, i Tyskland eller i den sidste ende i Hong Kong eller på Isle of Man,

disse virksomheder etablerer sig, er underordnet. Konklusionen er den ærgerlige, at disse aktiviteter går forbi Danmark, og hvorfor? Fordi man har den forkvaklede holdning i den socialdemokratiske folketingsgruppe, at man vil gøre forbrugerne den bjørnetjeneste at indføre alle disse forbud.

Nu indfører vi altså forbudene, og hvad sker der så? Ja, vi kan allerede konstatere, som hr. Flemming Hansen så glimrende har illustreret, at de gældende regler bliver overtrådt i titusindvis af tilfælde hver eneste dag. Hvad gør vi ved det? Skal vi belaste det i øvrigt overbelastede danske politi med at rende rundt på burgerrestauranter og se, om der bliver udleveret gratis stearinlys og flødeskumskager til børn, der holder fødselsdag dér? Er det det, vi skal sætte det danske politi til? Skal det gå ind på motionscentre og se, om folk har fået en halv eller en hel gratis prøvetime? Nej! Men hvad så? Skal vi have et særligt forbrugerpoliti, der kan gå rundt med lange, sorte kapper og højhælede støvler og checke, hvad der foregår rundt omkring i virksomhederne, eller hvordan vil man kontrollere disse ting? Nej, man vil dette angiversamfund, hvor man kan indgive politianmeldelse, hvis man ser noget, hvad enten det er hos naboen eller hos slagteren på den anden side af vejen, og så skal politiet og anklagemyndigheden ifølge loven være forpligtede til at følge op med retssager. Men ærlig talt: Et sådant samfund bryder vi os ikke om, og derfor må vi afvise hele den tankegang, der ligger bag dette lovforslag.

Vi er medforslagsstillere af en stribe gode og fornuftige ændringsforslag, der forsøger at trække nogle af de værste tænder ud af denne ulvemund, og hvis ikke disse ændringsforslag bliver vedtaget, vil vi støtte regeringens ændringsforslag. Vi vil meget, meget nøje følge ministerens administration af denne dispensationsbestemmelse, og bliver der den mindste slinger i valsen, så vil vi være der igen. Og hvis vores ændringsforslag ikke bliver vedtaget, vil vi i øvrigt stemme nej til den færdige lov.

Industri- og samordningsministeren (Mimi Jakobsen):

Jeg vil gerne besvare et spørgsmål, som hr. Svend Erik Hovmand stillede mig et par gange, nemlig spørgsmålet om, hvilke virksomheder der kan få dispensation. Nu ved hr. Svend

[Industri- og samordningsministeren]

Erik Hovmand selvfølgelig godt, at man ikke her fra Folketingets talerstol kan uddele dispensationer uden at have sat sig ind i de konkrete tilfælde, og ydermere er det beskrevet i lovtæksten, hvad meningen er med dispensationsbestemmelsen.

Jeg vil gerne sige med forholdsvis enkle ord, at der er tale om virksomheder, der kan påvise SAS-lignende konkurrencevilkår – altså firmaer og brancher, der agerer i et internationalt rum, hvor man bruger tilgift i et væsentligt omfang som en konkurrenceparameter, der virkelig betyder noget, og derfor ligesom SAS er udsat for denne form for konkurrence. I sådanne tilfælde mener jeg der bør gives en dispensation; men det siger sig selv, at det er umuligt at afklare uden en konkret vurdering, og jeg mener også, der står i dispensationsbestemmelsen, at det afhænger af en konkret vurdering, om disse konkurrencemæssige betingelser er til stede.

Vi ønsker ikke fra regeringens side at stille danske virksomheder dårligere end deres udenlandske konkurrenter; men vi må også huske, at flertallet af Europas lande har forbud mod tilgift. Vi har nogle undtagelser i Sydeuropa og, så vidt jeg husker, i England, men alle de øvrige lande, herunder de nordiske, har lignende forbud, så det er ikke noget, vi selv har fundet på. Men mit budskab er, at vi ikke ønsker, at danske virksomheder, hvor tilgift optræder som en væsentlig del af konkurrenceparameteren, skal stilles ringere end deres udenlandske konkurrenter. Det siger sig selv, og derfor har vi dispensationsbestemmelsen.

Må jeg i øvrigt sige om den lidt ophidsede debat om denne markedsføringslov – det er vel banalt at sige det til de implicerede, men lad det så i hvert fald være sagt til andre – at markedsføringsloven er en balancegang ikke bare mellem erhvervsinteresser og forbrugers hensyn, hvilket er hæderligt nok, men også mellem erhvervsvirksomhedernes indbyrdes konkurrence. Den indeholder et sæt spilleregler, der gør, at visse virksomheder ikke kan føre sig frem på vilkår, som andre ikke har mulighed for, og derved skabe en unfair konkurrencesituation. Der er de to hensyn, der ligger i loven, men man kan jo trække grænserne, hvor man nu synes de skal være.

Jeg vil gerne udtrykke en stille forundring og beklagelse over, at det ikke har været muligt

for Det Konservative Folkeparti og til dels heller ikke for Venstre at slutte op om loven. Der blev fremført nogle betingelser, krav og ønsker fra partierne i forhandlingerne, deriblandt tre overordnede, og det er vel alment kendt, at man normalt ikke får alle ønsker opfyldt i forhandlinger. Fra regeringens side imødekom vi to et halvt af de tre ønsker. Vi fandt frem til en ordning for SAS, og dertil – og det er det halve ønske – kom dispensationsbestemmelsen for virksomheder, der kunne påberåbe sig at være i samme situation som SAS. Så er det rigtigt, at man ikke fik en indrømmelse vedrørende rabatkuponerne, for det kunne regeringen ikke efterkomme.

Det tredje ønske gjaldt Forbrugerombudsmanden, hvor både erhvervslivet og de to borgerlige partier ønskede, at Forbrugerombudsmanden skulle have pligt til at give forhåndsbesked ved henvendelser fra virksomhederne. Forbrugerombudsmanden har yderligere oplyst – og jeg har sendt denne oplysning videre til udvalget – at den gennemsnitlige sagsbehandlingstid er 27 dage, og derfor følte jeg, at det var unødvendigt at stille krav om en måned, da det er så tæt på den frist, som V og K ønskede. Faktisk overtog regeringen den formulering, som V og K selv benyttede i deres eget lovforslag nr. L 50, da de havde regeringsmagten.

Men det kan jo ikke nytte noget at hidse sig op over det, for sådan er livet, og vi fik altså ikke V og K til at stemme for lovforslaget. Men jeg vil gerne påpege, at udspillet til lovforslaget har været gennem omfattende høringer, og vi har på væsentlige områder imødekommet både erhvervslivets og forbrugernes interesser, men i høj grad også erhvervslivets indvendinger mod lovudkastet. At man alligevel aldrig opnår fuld tilfredshed hos begge parter, hverken forbrugerne eller erhvervslivet, er vel normalt.

(Kort bemærkning).

Svend Erik Hovmand (V):

Om det sidste skal jeg blot sige til ministeren, at lovforslag nr. L 50 jo også indeholdt en række andre ting, som ministeren ikke nævnte, bl.a. en yderligere liberalisering og forenkling af hele lovsættet, som vi også måtte lede forgæves efter i ministerens udspil. Men derudover har vi fra Venstres side hele tiden sagt, at der er

[Svend Erik Hovmand]

alt for mange forbud, alt for mange påbud og alt for mange restriktioner for rabat, tilgift, konkurrence, lotterier osv., som vi hele tiden har vendt os imod.

Men det, der bringer mig herop, er ministerens besvarelse af mit spørgsmål, for den var jo interessant. Hvad var det, ministeren sagde? Ministeren sagde, at regeringen selvfølgelig ikke vil stille danske virksomheder dårligere i konkurrencen med udlandet, og det er jo fair nok. Men betyder det, at postordrefirmaerne nu får dispensation, og betyder det, at de virksomheder, som rammes af konkurrencen fra tv-shopping – det kan enhver jo se, og det har ministeren givetvis set mange gange – nu også får dispensation? Jeg synes, det spørgsmål kræver et klart og entydigt svar fra talerstolen her i dag.

Første næstformand (Ivar Hansen):

Hr. Flemming Hansen for en kort bemærkning, og så tror jeg, vi nærmer os afstemningen.

(Kort bemærkning).

Flemming Hansen (KF):

Jeg takker for ministerens tale. Det er rigtigt, at vi nærmede os hinanden på mange punkter i denne sag, og at vi var ganske tæt på hinanden; men jeg tror, fru ministeren vil medgive mig, at hele rabatmærkeordningen fik vi overhovedet ikke på plads. Vi fik ikke én indrømmelse på det punkt – jeg tror ikke, det var, fordi ministeren ikke ville, men fordi Socialdemokratiet ikke var til at rokke.

Jeg sagde det i min indledende tale, og jeg gentager, at vi synes, ministeren nærmede sig meget til den konservative folketingsgruppes ønsker, men desværre ikke nok; ikke fordi ministeren ikke ville, men fordi det ikke lykkedes ministeren at få Socialdemokratiet ud af den sædvanlige vanetænkning.

Industri- og samordningsministeren (Mimi Jakobsen):

Jeg må sige til hr. Svend Erik Hovmand, at jeg tror, jeg ville gøre mig skyld i det, man med rette kunne kalde lemfældig administration, hvis jeg uddelte dispensationer fra Folketingets talerstol uden at have sat mig ind i de konkrete sager. Skal vi ikke være enige om den side af sagen?

Jeg har sagt, og det står jeg ved, at regeringen ikke ønsker at stille danske virksomheder dårligere end deres udenlandske konkurrenter. Såfremt disse udenlandske konkurrenter gør brug af tilgift i et betydeligt omfang, må danske virksomheder også have mulighed for at gøre det, ligesom tilfældet er for SAS. Men det kræver selvfølgelig, at det har nogen betydning i det rum, virksomhederne agerer i, og om det er noget, konkurrenterne i branchen gør brug af eller ikke. Det må være en af de helt afgørende parametre.

Så vil jeg også bekræfte hr. Flemming Hansens fortolkning. Det er rigtigt, at regeringen ikke kunne give indrømmelser på rabatkuponerne, men jeg vil selvfølgelig gerne takke for hr. Flemming Hansens pæne bemærkninger til mig og selvfølgelig også sige, at når jeg forhandler, forhandler jeg på regeringens vegne og også på Socialdemokratiets vegne.

Hermed sluttede forhandlingen.

Afstemning

Der foretoges først afstemning vedrørende forslag til lov om markedsføring. (Lovforslag nr. L 211):

§§ 1-5 og ændringsforslag nr. 2 vedtoges uden afstemning.

§ 6 med den foretagne ændring vedtoges med 82 stemmer mod 58.

Ændringsforslag nr. 1 om, at § 6 med tilhørende overskrift udgår, var dermed forkastet.

§ 7 og ændringsforslag nr. 4 og 5 vedtoges uden afstemning.

§ 8 med de foretagne ændringer vedtoges med 81 stemmer mod 57.

Ændringsforslag nr. 3 om, at § 8 med tilhørende overskrift udgår, var dermed forkastet.

§ 9 med tilhørende overskrift vedtoges uden afstemning.

Ændringsforslag nr. 6 om, at § 9 med tilhørende overskrift udgår, var dermed forkastet.

§§ 10-12

vedtoges uden afstemning.

§ 12 a med tilhørende overskrift forkastedes uden afstemning.

Ændringsforslag nr. 7 om, at § 12 a med tilhørende overskrift udgår, var dermed vedtaget.

§ 12 b forkastedes uden afstemning.

Ændringsforslag nr. 8 om, at § 12 b udgår, var dermed vedtaget.

§§ 13 og 14, ændringsforslag nr. 9, § 15, således ændret, og §§ 16 og 17 vedtoges uden afstemning.

Ændringsforslag nr. 11 forkastedes, idet 57 stemte for, 81 imod.

Ændringsforslag nr. 10 om en ny affattelse af § 18, § 18 i den nye affattelse og §§ 19-21 vedtoges uden afstemning.

Ændringsforslag nr. 12 forkastedes uden afstemning.

Ændringsforslag nr. 13, § 22, således ændret, og §§ 23-26 vedtoges uden afstemning.

Lovforslagets overgang til tredje behandling vedtoges uden afstemning.

Første næstformand (Ivar Hansen):

Jeg foreslår, at lovforslaget går direkte til tredje behandling uden fornyet udvalgsbehandling. Hvis ingen gør indsigelse mod dette forslag, betragter jeg det som vedtaget. (Op- hold). Det er vedtaget.

Der foretoges dernæst afstemning vedrørende forslag til lov om ændring af lov om mærkning og skiltning med pris m.v. (Lovforslag nr. L 212).

§§ 1 og 2

vedtoges uden afstemning.

Lovforslagets overgang til tredje behandling vedtoges uden afstemning.

Første næstformand (Ivar Hansen):

Jeg foreslår, at lovforslaget går direkte til tredje behandling uden fornyet udvalgsbehandling. Hvis ingen gør indsigelse mod dette forslag, betragter jeg det som vedtaget. (Op- hold). Det er vedtaget.

Jeg skal her udsætte mødet. Det genoptages i dag kl. 13.00.

Mødet udsat kl. 12.05

Mødet genoptaget kl. 13.00

Den næste sag på dagsordenen var:

20) Anden behandling af lovforslag nr. L 186:
Forslag til lov om varsling m.v. i forbindelse med afskedigelser af større omfang.

Af arbejdsministeren (Jytte Andersen).
(Fremsat 27/1 94. Første behandling 2/2 94. Betænkning 25/5 94).

Der var stillet 19 ændringsforslag i betænkningen.

Uden for betænkningen var der ikke stillet ændringsforslag.

Lovforslagets paragraffer, ændringsforslagene og spørgsmålet om lovforslagets overgang til tredje behandling sattes til forhandling under ét.

Forhandling

Jan Petersen (S):

Set med socialdemokratiske øjne forbedrer regeringspartierne ændringsforslag regeringens oprindelige lovforslag.

Vi finder, at ændringsforslagene er i overensstemmelse med dagsordenen af 28. januar 1992, og vi får nu forbedret varslingsreglerne i overensstemmelse med dagsordenen og de intentioner, der lå bag dagsordenen.