

opbakning. Jeg kan meddele, at til dette lovforslag, nr. L 171, er der også opbakning fra Dansk Folkeparti. Vi kan selvfølgelig støtte forslaget og behøver ikke at gøre flere bemærkninger til det, blot sige: Bare vent, erhvervsminister, vi tager revanche ved det næste forslag.

**Erhvervsministeren (Jan Trøjborg):**

Jeg er ualmindelig glad for at konstatere den meget brede opbakning. Jeg har også noteret mig afsenderen; det er et forslag, vi er blevet enige om i EU-regi netop med henblik på at styrke sikkerheden til søs og med henblik på at sikre Danmark og dansk søfartserhverv imod ubillig konkurrence fra lande, der ofte har konkurreret på bekostning af både miljø og sikkerhed.

Derfor siger jeg mange tak til ordførerne, men jeg skal sige til hr. Knud Erik Kirkegaard, frisk og solbrændt, at jeg kunne ikke have sagt det bedre, end hr. Knud Erik Kirkegaard gjorde.

Hermed sluttede forhandlingen, og lovforslaget overgik derefter til anden behandling.

## Afstemning

**Tredje næstformand (Margrete Auken):**

Jeg foreslår, at lovforslaget henvises til Erhvervsudvalget. Hvis ingen gør indsigelse, betragter jeg det som vedtaget. (Ophold). Det er vedtaget.

Den næste sag på dagsordenen var:

**6) Første behandling af lovforslag nr. L 172: Forslag til lov om ændring af lov om markedsføring. (Oplysningskrav til forbrugergarantier, regler om Forbrugerombudsmandens ansættelse og styrkelse af Forbrugerombudsmandens indgrebsmuligheder).**

Af erhvervsministeren (Jan Trøjborg).  
(Fremsat 4/2 98).

Lovforslaget sattes til forhandling.

## Forhandling

**Sonja Mikkelsen (S):**

Forslaget her har jo flere elementer, som alle tager sigte på at styrke forbrugernes beskyttelse i forhold til urimelige markedsførings tiltag fra erhvervslivet.

For det første er der et forslag om, at man skal informere bedre om en garantis indhold, både de positive sider, som det er naturligt at man informerer om, men altså også de betingelser, der kan være for, at garantien har virkning. Den tydeliggørelse synes vi er helt rimelig og fair over for forbrugere.

For det andet er der et forslag om, at Forbrugerombudsmandens ansættelse skal ændres, så han eller hun ansættes i en periode af seks år ad gangen uden mulighed for forlængelse eller genansættelse. Det kan man vel kalde ultimativ uafhængighed; det tror jeg er en fordel for forbrugerbeskyttelsen, og det kan Socialdemokratiet tilslutte sig.

Det tredje forslag indebærer, at de retningslinjer, som Forbrugerombudsmanden kan forhandle sig frem til med brancheorganisationerne, gøres bindende for branchen. Det mener jeg også er nyttigt. Det vil sikre en fair konkurrence inden for de enkelte brancher på nogle ordentlige markedsføringsvilkår, som også forbrugere kan være tjent med.

Det fjerde element indebærer, at Forbrugerombudsmanden får kompetence til at meddele påbud ved overtrædelse af markedsføringsloven, hvis man ikke kan forhandle sig frem til en ordening med virksomheden om at stoppe en ulovlig handling. Det kan vi tilslutte os, også i betragtning af det sidste forslag, nemlig at hvis en virksomhed ikke er enig med Forbrugerombudsmanden i, at det, man er i gang med, i virkeligheden er i strid med markedsføringsloven, kan man kræve, at Forbrugerombudsmanden inden en uge indbringer sagen for Sø- og Handelsretten, sådan at man kan få taget stilling til, om der er tale om en ulovlighed, eller om virksomheden har retten på sin side.

Her kan man også få taget stilling til, om der skal være tale om opsættende virkning eller ej, og det giver så den retssikkerhed og retsbeskyttelse, som selvfølgelig også skal til for virksomhederne.

Socialdemokratiet støtter forslaget, fordi det vil give en mere effektiv håndhævelse af markedsføringsloven. Det er til gavn for forbrugere, men det er i virkeligheden også til gavn for

virksomhederne, som sikrer, at konkurrencen sker på fair vilkår.

#### **Svend Erik Hovmand (V):**

Erhvervsministerens forslag om ændring af markedsføringsloven er efter vores opfattelse et forslag, som vi ikke har brug for lige nu. Indholdet, som det ligger her, kan vi ikke tilslutte os, og timingen i forhold til den problemstilling, som foreligger, synes vi er dårlig. Jeg skal komme ind på hvorfor.

Vi synes naturligvis, at det er underligt at stå her i dag med et forslag i hånden fra en erhvervsminister, som flere gange tidligere har været fremme med helt andre tanker. Lad mig eksempelvis nævne, at erhvervsministeren i april måned 1997, den 29. helt nøjagtig, fremlagde en forbrugerpolitisk strategi, hvor det på side 8 fremgår, og nu citerer jeg:

»For at skærpe konkurrencen mellem de erhvervsdrivende og anvende ressourcerne bedre hos Forbrugerombudsmanden vil regeringen foreslå at ophæve specialforbudene i markedsføringsloven. Det gælder forbudene mod at give gaver ved salg, mængdebegrænsninger ved køb af varer, fremme af salg gennem rabatkuponer og -mærker samt købsbetingede præmiekonkurrencer.«

Hvad er det, ministeren her siger? Han siger, at han vil komme med en ændring af markedsføringsloven, som liberaliserer den yderligere. Det synes vi jo lød meget godt. Og hvad ser vi så nu? At disse liberaliseringstanker helt er væk; de er fjernet.

Hvad er der egentlig foregået i den socialdemokratiske gruppe i perioden fra 29. april sidste år og til i dag? Jeg ser stift på den socialdemokratiske ordfører, fru Sonja Mikkelsen, og gentager mit spørgsmål: Hvad er det, der er foregået? Er det sådan, at ministeren er blevet tvunget af fru Sonja Mikkelsen og andre i den socialdemokratiske gruppe til totalt at ændre holdning på det her område? Ja, jeg spørger kun.

Men bortset fra den sag, som jo ikke er den væsentlige, vil jeg gerne sige, at efter vores opfattelse er det helt afgørende i denne sag spørgsmålet om Forbrugerombudsmandens indflydelse og retssikkerheden. I virkeligheden taler vi her om at give Forbrugerombudsmanden så meget magt, at han ikke engang selv bryder sig om det. Det fremgår jo tydeligt af høringssvarene. At give Forbrugerombudsmanden magt og indflydelse, som om det var en stat

i staten, er efter vores opfattelse at gå alt for vidt. Retssikkerheden for producenter og for andre går fløjten, og det vil vi ikke gå med til.

Så er der en række andre mindre ting. Jeg skal kun hæfte mig ved spørgsmålet om garantier, og det relaterer jeg til mine indledende bemærkninger. Vi drøfter i øjeblikket i EU-sammenhænge spørgsmålet om garantiregler, vi har haft diskussionen i Europaudvalget, vi ved, at der i øjeblikket foregår forhandlinger i Kommissionen og i Ministerrådet. På den baggrund synes jeg, at det virker som en forkert timing, at vi i Danmark nu skulle fastlægge nogle særlige principper på det her område, før vi ender resultatet i resten af Europa.

Når jeg siger det på den måde, er det, fordi jeg har den grundlæggende holdning, at det er fantastisk vigtigt, at vi som et lille land er orienteret imod de europæiske principper, både når det drejer sig om konkurrencelovgivning, og når det drejer sig om sådan noget som det her. Taler vi Internet, taler vi postordresalg osv., så ved vi, at det betyder kolossal meget, at vi har sådan nogenlunde samme regler på den ene og den anden side af en grænse.

Derfor synes jeg, at man skulle stikke piben ind med det her forslag. Tøv en kende. Se, hvad der sker omkring Internettet; der er jo også noget arbejde i gang her. Se, hvad der sker omkring garantiordningerne i EU, og find så i øvrigt nogle andre formuleringer på hele området omkring Forbrugerombudsmanden.

(Kort bemærkning).

#### **Sonja Mikkelsen (S):**

Det var hr. Svend Erik Hovmand, der var ualmindelig nysgerrig efter at høre, hvad der var foregået i den socialdemokratiske folketingsgruppe. Det kan jeg da godt forstå. Der foregår altid mange spændende ting i den socialdemokratiske folketingsgruppe.

Hr. Svend Erik Hovmand citerede fra den besvarelse, som ministeren gav på forespørgslen den 30. april 1997, men hr. Svend Erik Hovmand glemte at læse videre i besvarelsen fra ministeren på daværende tidspunkt. Ministeren understregede klart i sin besvarelse dengang, at det, der var helt afgørende for, at markedsføringsloven kunne komme til at virke mere effektiv, var, at man styrkede Forbrugerombudsmandens indgrebsmuligheder. Det er det, lovforslaget her faktisk klart afspejler: at en styrkelse af Forbrugerombudsmanden er en

forudsætning for, at markedsføringsloven kan håndhæves effektivt.

Så det, jeg gerne vil spørge hr. Svend Erik Hovmand om, er: Kunne man ikke forvente, at hr. Svend Erik Hovmand, hvis han ikke kan huske debatten og besvarelsen fra dengang, måske kunne læse lidt videre i sine papirer?

(Kort bemærkning).

**Jørn Jespersen (SF):**

Hr. Svend Erik Hovmand har jo fuldstændig ret i, at erhvervsministeren sidste år tilkendegav at ville ophæve specialforbudene, og det er ikke med i lovforslaget i dag. Det er hr. Svend Erik Hovmand ked af. Det er jeg glad for.

Jeg går da ud fra, at årsagen til, at det ikke er med, er, at ministeren har lyttet til fornuftige argumenter inden for Socialdemokratiet og uden for Socialdemokratiet og nu er kommet frem til en fornuftig afklaring af sin stilling på det her punkt.

Det, jeg bare ikke forstår, er, hvordan det kan blive til en liberalisering i form af et mere frit og gennemsigtigt marked i hr. Svend Erik Hovmands hoved, hvis man som erhvervsdrivende kan give alle mulige gaver i tilgift. Det er da ikke at skabe et frit marked at sløre de reelle sammenhænge mellem kvalitet og ydelse og pris. Sådan nogle midler bruger en erhvervsdrivende da kun, når man har brug for at sløre, hvad den reelle pris er i forhold til den kvalitet, man får. Så hvordan kan man ud fra sådan en liberalistisk tankegang om at skabe et frit og gennemsigtigt marked gå ind for alle mulige former for tilgift? Det hænger ikke sammen for mig at se. Det er kun, fordi man vil skabe maksimal frihed for producenter til at skjule kvaliteten af deres varer.

(Kort bemærkning).

**Svend Erik Hovmand (V):**

Nu skal jeg ikke gå voldsomt ind i selve substansen af disse tre specialforbud. Det kan vi tage en lang diskussion om, og det har jeg yttet mig om adskillige gange før. Grundlæggende kan jeg bare sige, at folk, der er tilhængere af planøkonomi, som hr. Jespersen er det, selvfølgelig er tilhængere af, at staten og statsmagten skal bestemme i alle detaljer. Vi, der er tilhængere af fri markedsøkonomi, har en anden opfattelse. Sådan er det.

Men det, som sagen drejer sig om, er den omstændighed, at vi har en erhvervsminister,

som flere gange har talt for at ophæve disse forbud og nu stikker halen mellem benene efter en åbenbart hidsig diskussion i den socialdemokratiske folketingsgruppe. Jeg ved det ikke; jeg spørger kun.

Men nu er vi jo i den heldige situation, at vi har ministeren til stede her i salen. Så kunne vi måske høre fra hestens egen mund: Hvad er egentlig årsagen til, at han sådan vender rundt på en tallerken?

**Tredje næstformand (Margrete Auken):**

Og det har ministeren bedt om ordet til, så det får han.

(Kort bemærkning).

**Erhvervsministeren (Jan Trøjborg):**

Når jeg mod min praksis tager ordet nu, så skyldes det, at nu skal vi passe på, at vi ikke får afsporet debatten fuldstændig i dag. Debatten kan sagtens afspores, hvis man får en debat om forbrugerpolitik, der alene handler om nogle små i denne sammenhæng ikke særlig betydningsfulde specialforbud.

Det er fuldstændig korrekt, vil jeg sige til hr. Svend Erik Hovmand, at jeg i den forbrugerpolitiske redegørelse til Folketinget foreslog, at man drøftede en ophævelse af specialforbudene. Det viste sig helt klart i debatten i Folketingssalen, at det var der ikke flertal for, og hvis hr. Svend Erik Hovmand vil gøre sig den ulejlighed at læse fra debatten i Folketingssalen, vil han se, at ministeren dér er meget imødekommende i forhold til den kritik, der er over for forslaget i den forbrugerpolitiske redegørelse om at ophæve disse specialforbud. Jeg er meget imødekommende allerede på dette tidspunkt i forhold til en opretholdelse af specialforbudene.

Siden debatten i Folketinget har der været oceaner af henvendelser fra folk, der har ønsket at opretholde specialforbudene. Lad mig tage et enkelt eksempel: forbudet mod mængdebestemmelser. Der har været meget store delegationer fra erhvervslivet, fra detailhandelen, der har argumenteret for at bibeholde specialforbudet. Det har jeg naturligvis lyttet efter, ligesom jeg har lyttet efter debatten i kølvandet på regeringens forbrugerpolitiske redegørelse, og derfor er de forslag, som hr. Svend Erik Hovmand her omtaler, ikke med i det lovforslag, der fremlægges for Folketinget i dag. Så enkel er den sag.

(Kort bemærkning).

**Jørn Jespersen (SF):**

Jeg kan konstatere, at når hr. Svend Erik Hovmand ikke rigtig har nogen argumenter, bliver han plat. Jeg ved ikke, hvor han ved fra, at jeg skulle gå ind for planøkonomi. Jeg går ind for en styret, reguleret markedsøkonomi. Og en del af sådan en er blandt andet, at forbrugeren ved, hvad det er, de køber, hvad kvaliteten af det, de køber, er, og derfor kan sammenligne priser og kvalitet på en ordentlig måde. Det kan man ikke, når varens pris bliver sløret af alle mulige tilgifter.

Derfor spurgte jeg bare, hvordan hr. Svend Erik Hovmand ud fra sådan en liberalistisk tankegang kunne forsvare, at man slørede de reelle pris- og kvalitetsforhold på markedet. Det fik jeg ikke noget svar på. Jeg kan konstatere, at det er, fordi hr. Svend Erik Hovmand ikke kan give svaret.

(Kort bemærkning).

**Sonja Mikkelsen (S):**

Jeg vil gerne spørge hr. Svend Erik Hovmand, om partiet Venstre ikke går ind for fair konkurrence, og om partiet Venstre ikke går ind for, at når vi har en lov på et område, skal loven faktisk holdes, og den skal også effektivt kunne håndhæves.

Det forslag, som vi har til behandling her i dag, handler faktisk – hvilket måske er forbigået nogens opmærksomhed – om at få håndhævet loven effektivt. Så jeg vil gerne spørge, om det slet ikke er faldet hr. Svend Erik Hovmand ind, at det er det, det her drejer sig om. Det drejer sig om fair konkurrence, det drejer sig om hensynet til forbrugeren, men det drejer sig i høj grad også om hensynet til virksomhederne og deres indbyrdes forhold, som vi også regulerer via markedsføringsloven. Men det er hr. Svend Erik Hovmand måske slet ikke opmærksom på.

(Kort bemærkning).

**Svend Erik Hovmand (V):**

Jeg er enig med ministeren i én ting, nemlig at disse tre forbud i den store sammenhæng omkring markedsføringsloven jo kun er en lille ting – absolut. Men jeg er altså nødsaget til at konstatere, at ministeren har ændret holdning på det her område, og det er der sådan set ikke andet at sige til, end at ministeren havde én opfattelse den ene dag og en anden den anden dag.

Fru Sonja Mikkelsens bemærkninger her på det seneste er jo en understregning af, hvordan argumentationen har været, og det må vi så bare tage til efterretning: Sådan er det gået i den socialdemokratiske folketingsgruppe.

**Pernille Sams (KF):**

De Konservative synes, at det er et rigtig dårligt og ugenomtænkt forslag, ministeren her har lagt på bordet.

Det lægger op til at være forbrugervenligt på bekostning af virksomhedernes retssikkerhed, og det kan i sig selv være betænkeligt nok. Men virkeligheden er, at lovforslaget vil medføre et tilbageskridt i forhold til både forbrugeren og virksomhederne, og derfor ser vi overhovedet ingen grund til at bakke det op. Man vinder intet ved det, tværtimod.

I forvejen har Forbrugerombudsmanden allerede nu en særdeles magtfuld stilling, og derfor kan der også være noget godt og sundt i at gøre det til en seksårig åremålsansættelse, så man på forhånd ved, når man tiltræder stillingen, at den vorherrestatus, man tillægges, ikke varer hele livet. Så den del af forslaget er ganske sympatisk og sikkert også vældig fornuftigt.

Men dermed ophører meget af det positive også. For lovforslaget gør det til en endnu mere vorherrepræget stilling med nogle kolossale indgrebsmuligheder, som kan være særdeles betænkelige retssikkerhedsmæssigt set, hvis de ikke forvaltes med den allerallerstørste omhu, og ingen er ufejlbarlig, heller ikke en Forbrugerombudsmand.

Har det slet ikke gjort indtryk på regeringen, at Forbrugerombudsmanden selv siger nej tak til den øgede magt? Forbrugerombudsmanden har jo klart givet udtryk for, at han regner med, at det vil blive langt sværere at få virksomhederne til at lave frivillige aftaler om frivillige retningslinjer, hvis sådanne aftaler pludselig får nærmest lovkraft og bliver grundlag for direkte indgreb.

Det eneste, man opnår, vil i virkelighedens verden være at svække Forbrugerombudsmandens gennemslagskraft, fordi organisationer og virksomheder, som i dag frivilligt går i dialog om bedre regler og bedre retningslinjer, ikke ønsker denne proces, for den vil efterfølgende jo kunne komme til at skade dem selv. Derfor vinder man ikke noget ved det. Man taber noget ved det.

Også den udvidede magt til Forbrugerombudsmanden, altså at han administrativt kan

stoppe markedsføring omgående uden forudgående domstolsprøvelse, kan være stærkt betænkelig i visse situationer. Og da det derudover præciseres, at en virksomhed, som har fået stoppet sin markedsføringskampagne uberettiget, kun kan få erstatning, hvis virksomheden kan bevise, at der er handlet culpøst fra Forbrugerombudsmandens side, må man sige, at en sådan type retsstilling med så store administrative beføjelser og så store administrative indgrebsmuligheder samlet hos et enkelt menneske ikke hører hjemme i et retssamfund.

Men ikke nok med at Forbrugerombudsmanden selv tager afstand fra det, også ministeren har jo klart taget afstand fra det i det nyeste nummer af bladet Reklame, som udkom for kun to dage siden. På baggrund af den eksisterende lovs langt mindre indgrebsmuligheder siger erhvervsministeren her: »Jeg viger tilbage for myndighedsafgørelser i den type sager.« Det er erhvervsminister Jan Trøjborg, der er citeret.

Samtidig med disse udtalelser fremsætter den selv samme minister lovforslag, der giver endnu større muligheder for myndighedsafgørelser i nøjagtig den type sager. Ærligt talt, det tyder ikke meget på nogen koordination mellem hverken tanker, udtalelser eller handlinger fra erhvervsministeren. Det lykkes at have alle standpunkter på en gang og fremsætte lovforslag, som man samtidig tager udtrykkelig afstand fra i de fagmedier, hvor man ved, hvad det drejer sig om, og kan gennemskue konsekvensen af forslaget.

Jeg havde mange flere bemærkninger til det, men taletiden er ved at være gået, så jeg vil afslutte med at sige, at det er sjældent, at et lovforslag er så tyndbenet og så forkert, som det her er. De par positive elementer, det indeholder, er langt fra nok til at opveje alle ulemperne. Samlet set mener vi, ministerens forslag er både forbrugerpolitisk og retssikkerhedsmæssigt stærkt betænkeligt og udtryk for tilbageskridt i begge henseender. Så ikke nok med, at vi stemmer nej til det, vi vil faktisk også advare mod, at man gennemfører det.

#### **Jørn Jespersen (SF):**

Dette forslag om at ændre markedsføringsloven og det efterfølgende forslag om oprettelse af et Center for Forbrugerinformation er jo den første opfølgning fra ministerens side på den forbrugerpolitiske forespørgselsdebat, som SF rejste sidste forår.

Vi er glade for, at der nu kommer en opfølgning, og vi er glade for, at intentionerne i de to forslag for os at se går i den rigtige retning, og at der tegner sig muligheder for at styrke forbrugerpolitikken.

Det konkrete forslag, som er til behandling her, drejer sig for det første om at styrke forbrugergarantierne ved at sikre et oplysningskrav. Det synes vi er en god og rigtig tanke. Hvad er en forbrugergaranti værd, hvis forbrugeren ikke kender den, og hvis forbrugeren ikke ved, hvordan man bringer den i anvendelse? Derfor er det selvfølgelig indlysende rigtigt at sige, at når en erhvervsdrivende ønsker at markedsføre sig ved hjælp af garantier, der ligger ud over lovgivningen i øvrigt, så er det selvfølgelig meget rimeligt at stille krav om, at de bliver oplyst på en ordentlig og hæderlig måde, sådan at forbrugeren ved, hvad det er, man får med i købet, og så forbrugeren ved, hvordan man kan bringe garantierne til anvendelse.

Vi synes også, det er helt rimeligt, at man som forbruger kan bede om at få garantien skriftligt, så den del af forslaget er vi ubetinget positive over for.

Vi synes også, det er rigtigt at styrke Forbrugerombudsmandens indgrebsmuligheder, når der eksisterer bindende og tiltrådte retningslinjer for forskellige virksomheders og branchers markedsføring. I de sager, hvor der har været – dem har der været en lang række af – uenighed om, hvordan retningslinjer skulle fortolkes og administreres, da har det jo været sådan, at uenigheden har betydet, at det var forbrugerne, der i en ganske lang periode blev ladt i stikken, fordi det var virksomhederne, der kunne fortsætte med deres forskellige markedsføringsaktiviteter, indtil sagen havde fundet sin endelige afgørelse. Der mener vi ud fra et forbrugerpolitisk synspunkt, at det må være rigtigt, at tvivlen i de her tilfælde kommer forbrugerne til gode, sådan at det er forbrugerhensynet, der er gældende, indtil sagen måtte være endeligt afgjort.

Der er blevet talt meget om retssikkerhedsmæssige problemer. Vi er ikke blevet overbevist af nogen af de argumenter, der er blevet ført i marken, hverken her eller i høringssvarene. Hvis ikke de bliver forbedret og styrket, mener vi ikke, at der er grund til at rette sig efter de indvendinger. Det er klart, at når der bliver nævnt retssikkerhedsmæssige problemer, er det altid en overvejelse værd at høre, hvad der lig-

ger i det. Som sagt er vi ikke blevet overbevist indtil nu.

Vi må også sige, at når vi ser på nogle af høringssvarene, som jo kommer bl.a. fra brancher og virksomheder, der helt tydeligt tidligere har forsøgt at gå ikke bare til kanten af lovens og retningslinjernes grænse, men helt tydeligt har spekuleret i at overtræde retningslinjer og bestemmelser på en måde, der gjorde det lidt vanskeligt for myndighederne at gribe ind, og når man på den måde i sin markedsføring helt systematisk prøver at undergrave gældende ret, er det ærlig talt udtryk for topmål af hykleri, at man efterfølgende kommer rendende og siger, at nu er en mere håndfast administration af reglerne et retssikkerhedsmæssigt problem. For os at se har man langt hen ad vejen selv fremprovokeret, selv bedt om at få en stramning og præcisering. Derfor vil vi selvfølgelig også støtte, at man gør det.

Endelig er der spørgsmålet om Forbrugerombudsmandens åremålsansættelse. Vi er villige til at overveje, om det er en god idé. Der er nogle argumenter for det. Der kunne også være nogle betænkeligheder, bl.a. hvilke paralleller der kunne drages til tilsvarende institutioner, og om det får konsekvenser på de områder. Derfor er vi indstillet på under udvalgsarbejdet at diskutere specielt det punkt og se, om det er den nugældende formulering i forslaget fra ministeren eller eventuelt en anden, der er den fornuftige.

Samlet set er vi positive over for lovforslaget. Vi synes, der er en lang række ting, der måske kunne have været med, men det kan vi jo diskutere ved anden lejlighed. Vi har jo heller ikke set det sidste udspil fra ministeren som opfølgning af sidste års forespørgselsdebat. Så de punkter, som vi yderligere kunne tænke os, vil vi også vende tilbage til i forbindelse med udvalgsarbejdet og i forbindelse med kommende initiativer fra ministeren.

#### Ulla Solvang (RV):

De senere år er der blevet snakket meget om forbrugermagt, f.eks. at forbrugerne ved at købe eller nægte at købe et produkt kan afgøre en virksomheds eller en hel branches skæbne, men den magt gælder kun forbrugerne som helhed.

Tager vi den enkelte forbruger, er vedkommende ilde stedt uden den beskyttelse, der ligger i lovgivningen. For Det Radikale Venstre er målsætningen for lovgivningen da også at sikre

forbrugerne maksimal beskyttelse mod uhelderlig markedsføring m.v. Derfor støtter vi de forbedringer af forbrugerbeskyttelsen, der lægges op til i lovforslaget.

Vi mener, at en præcisering af, hvilke oplysninger der skal gives i forbindelse med en garanti, for det første vil give forbrugeren et bedre grundlag for at beslutte sig for køb eller ikke køb, og for det andet og ikke mindst vigtigt for forbrugeren et bedre grundlag for at afgøre, om sælger lever op til garantien.

Uden disse oplysninger kan vi meget nemt risikere, at forbrugeren føler sig usikker på sin ret og derfor vil undlade at drage sælger til ansvar. Omvendt kan vi risikere, at forbrugeren har urealistiske forestillinger om sin ret og derfor kaster sig ud i udsigtsløse tvister. Forbrugerombudsmanden er hermed et helt centralt element i forbrugerbeskyttelsen. Derfor er det vigtigt, at han har de ressourcer, der er nødvendige, for at han kan løse sine opgaver, herunder, at han er totalt uafhængig, og at han er udstyret med de nødvendige kompetencer og magtmidler.

En åremålsansættelse på 6 år uden mulighed for genansættelse betyder, at der ikke er noget incitament til at tage andre hensyn end dem, han ifølge loven skal, nemlig at føre tilsyn med, at loven overholdes navnlig ud fra hensyn til forbrugerne. Samtidig sikres dynamikken, fordi der kan ske en kontinuerlig udskiftning.

Med hensyn til påbud ser vi i Det Radikale Venstre helst, at brancherne selv gør en stor indsats for at skabe regler for god opførsel. Jo større selvjustits, jo mindre behov for offentlig indgriben. Vi mener imidlertid ikke, at den styrkelse af Forbrugerombudsmanden, ministeren her foreslår, nødvendigvis vil fjerne incitamentet til at indgå frivillige aftaler.

For det første er der intet i forslaget, der forhindrer Forbrugerombudsmanden i at søge en forhandlingsløsning, inden han uddeler påbudet. For det andet udelukker forslaget jo ikke en virksomhed fra at få en domstolsprøvelse. Begge dele peger i retning af, at de skærpede muligheder kun vil blive brugt i meget alvorlige og meget akutte tilfælde af brud på de aftalte retningslinjer.

Endelig skal man jo ikke glemme, at Forbrugerombudsmanden allerede i dag kan meddele et foreløbigt påbud, hvis formålet med påbudet ellers ville forspildes.

I Det Radikale Venstre betragter vi derfor også Forbrugerombudsmandens kompetence til

at meddele påbud uden forhandling og uden opsættende virkning som et redskab, der bør bruges med den største varsomhed. Bruges det forkert, dvs. taber Forbrugerombudsmanden en sag om et påbud, kan det blive dyrt for samfundet. Men også heri ligger der for os at se en garanti for, at Forbrugerombudsmanden kun meddeler den slags påbud, når han har en meget god sag. Derfor bør han vel også have mulighed for at gribe ind uden yderligere forhandling og forsinkelse, især når erfaringen har vist, at der kan spekuleres i den opsættende virkning ved en domstolsprøvelse.

Derfor kan Det Radikale Venstre godt tilslutte sig forslaget.

#### Niels Højland (FP):

Da Fremskridtspartiets ordfører ikke kan være til stede, skal jeg kort på partiets vegne fremføre nogle synspunkter.

Det er klart, at forbrugerne har krav på at få ordentlige oplysninger, ligesom virksomhederne også har krav på at få en rimelig og anstændig behandling.

Der er nogle ting i dette lovforslag, som vi mener virker i uheldig retning, og som der ud fra et retssikkerhedsmæssigt synspunkt kan være tvivl om.

Det er positivt, at man siger, at Forbrugerombudsmandens fastansættelse ikke skal gælde længere end 6 år.

Vi vil være med i en positiv udvalgsbehandling og få de oplysninger, der kan være behov for, og det vil så være afgørende for vores stillingtagen til forslaget.

#### Bent Hindrup Andersen (EL):

I Enhedslisten mener vi, at forbrugerombudsmandsinstitutionen skal styrkes gevaldigt.

Det afgørende skridt for at styrke den institution er efter vores opfattelse et spørgsmål om ressourcer, og derfor vil jeg gerne spørge ministeren: Når ministeren i forslaget peger på forskellige muligheder for Forbrugerombudsmanden for at tage initiativer og udbygge området, vil ministeren så tilkendegive, at der skal tilføres ressourcer, således at Forbrugerombudsmanden i større udstrækning, f.eks. af egen drift, kan tage sager op?

Spørgsmålet om ressourcer er for os at se en meget væsentlig del af styrkelsen af forbrugerombudsmandsinstitutionen og Forbrugerombudsmanden.

Vi deler også de synspunkter, der ligger i ministerens forslag, når det drejer sig om at give Forbrugerombudsmanden både mulighed og et større kompetenceområde til at pålægge de erhvervsdrivende at afgive oplysninger om garantier, altså oplysningspligten. Til de elementer kan ministeren regne helt og fuldt med vores støtte.

Når det drejer sig om, at Forbrugerombudsmanden også kan pålægge virksomhederne retningslinjer, vil jeg gerne sige, at der kan være en risiko for, at mange brancher og mange virksomheder ikke vil indgå frivillige aftaler, fordi det altid er nemmere at forholde sig til en aftale, der bliver trukket ned over hovedet på en. Derfor kan man selvfølgelig godt anlægge det synspunkt, at det lidt vil svække forhandlingspositionen med henblik på at få forpligtende aftaler. Det er et udsagn, der også er kommet fra Forbrugerombudsmanden.

Jeg deler selvfølgelig den frygt, men det er klart, at man skal jo ikke lave konflikterne større, end de er. Samtidig mener jeg, at det væsentligste i dette aspekt er, at Forbrugerombudsmanden skal have mulighed for at gribe ind, for ellers går der alt for lang tid. Derfor støtter vi det.

Det er klart, at man selvfølgelig skal have øje for – og det er jo det, der sker i nogle i kommuner – at de kan læne sig tilbage og lade f.eks. Planstyrelsen løse problemerne, og så har de rene hænder lokalt. Derfor kan brancheorganisationerne også få tendens til at læne sig tilbage og have rene hænder og være en ren opposition. Det er selvfølgelig ikke nogen gunstig udvikling, og det mener jeg man skal være opmærksom på, når loven træder i kraft.

Der, hvor vi så er uenige, er til spørgsmålet om at sikre Forbrugerombudsmandens uafhængighed; det gør man altså ikke ved en åremålsansættelse. Det, der er den normale konsekvens også ved en åremålsansættelse, hvor man i øvrigt ikke kan genansætte en velfungerende forbrugerombudsmand, er, at man kan dække sin politiske afskedigelse ind under, at man ikke kan genansætte vedkommende, og så behøver man i øvrigt ikke at tage nogen politisk kritik op af vedkommende.

Der kan selvfølgelig være politisk kritik af en forbrugerombudsmand, og det ved jeg der er fra nogens side af den nuværende forbrugerombudsmand. Den kritik deler jeg ikke. Tværtimod mener jeg, at den siddende forbrugerombudsmand netop har været forbrugerne en god

mand i mange situationer, ikke i alle, men i mange. Derfor vil jeg sige, at det vigtigste er sådan set, at man er opmærksom på, at en forbrugerombudsmand skal opfylde den lov, der ligger, og derudover være uafhængig. Så kan man selvfølgelig gribe ind over for ham, hvis han ikke gør det. Men at stille et forslag om, at det skulle være en særlig sikring af Forbrugerombudsmanden, at man lader ham være åremålsansat, forstår jeg simpelt hen ikke. Og slet ikke, da der også står, at ansættelsen under ingen omstændigheder kan forlænges eller vedkommende genansættes.

Jeg må indrømme, at jeg kun kan se det som et forsøg på måske at få De Konservative med ind i folden til det her forslag og derigennem så måske også slippe af med den forbrugerombudsmand, der sidder nu. Det er den eneste tanke, jeg kan få, når jeg læser forslaget. Derfor ønsker jeg gerne at få afkræftet fra ministeren, at det er det, der er målet i den her forbindelse. Og det er en betingelse for os, vil jeg så sige, for at stemme for selve forslaget, at man fjerner spørgsmålet om den midlertidige ansættelse.

#### **Sonja Albrink (CD):**

Der er flere knaster, end der er godbidder i det her forslag, og derfor kan jeg lige så godt tilkendegive fra starten, at vi i CD ikke kan støtte forslaget.

Med hensyn til styrkelsen af garantibestemmelsen mener CD, at forslaget ikke er tilstrækkeligt uddybet. Det virker umiddelbart temmelig bureaukratisk og lidt bøvlet, uden at det i tilstrækkeligt omfang fremgår, hvordan bestemmelsen skal administreres.

Vi lægger heller ikke skjul på i CD, at en ændring af markedsføringsloven må bruges til at komme af med specialforbudene – det, vi kalder fnidder fnadder – som kun er med til at gøre loven endnu mere bøvlet uden at have den ønskede virkning.

CD er indstillet på at styrke Forbrugerombudsmanden, men vi ønsker ikke at gå den vej, som ligger i forslaget. CD er først og fremmest betænkelig ved de øgede beføjelser, der bliver givet til Forbrugerombudsmanden. Der er en stor risiko for, at de gode resultater om god markedsføringsskik bliver sat over styr, hvis det gældende samretningsprincip erstattes af en enerådigt forbrugerombudsmand.

I CD finder vi det måske endnu mere betænkeligt, at Forbrugerombudsmanden ophæves til at være det, vi kalder en smagsdommer over,

hvad der er god og dårlig markedsføringsskik, og i CD er vi da derfor også imod, at Forbrugerombudsmanden får beføjelser til at nedlægge forbud over for virksomheders markedsføring, selv når retningslinjerne ikke er blevet aftalt med de pågældende brancher, men blot er udstukket af Forbrugerombudsmanden selv.

CD's ønske om at styrke Forbrugerombudsmanden drejer sig om, at man måske kunne udvide hans virke. Vi mener, at Forbrugerombudsmanden godt kunne tage sig af f.eks. de handicappedes rettigheder, hvad angår deres forbrug og forbrugerinteresser. CD er villig til at tilføre flere ressourcer, hvis det er nødvendigt, men vi vil ikke være med til at gøre Forbrugerombudsmanden til en ny, enerådigt dommer, sådan som forslaget lægger op til.

Samlet mener vi i CD, at forslaget er for vidtgående i de restriktioner, som erhvervslivet pålægges, og derfor kan vi ikke støtte forslaget.

#### **Kristian Thulesen Dahl (DF):**

Jeg vil straks udløse spændingen og sige, at Dansk Folkeparti ikke kan støtte det forslag, som ministeren har fremsat, sådan som det ligger foran os i dag.

Mange af de ting, som også Venstre og De Konservative har fremhævet som argumenter imod lovforslaget, deler vi i Dansk Folkeparti, men derudover vil jeg gerne fremhæve, at vi faktisk på trods af navnet forbrugerombudsmand mener, at det er vigtigt, at Forbrugerombudsmanden mere ses som en medspiller mellem producenter og forbrugere end som en instans, der skal være modstander af producenterne og ene og alene være på forbrugernes side. Vi tror, det er vigtigt, at det er den måde, Forbrugerombudsmanden opfattes på – også af virksomhederne – så det er muligt at lave nogle konstruktive, gode aftaler, som sikrer forbrugerne.

Dermed har jeg også sagt, at noget af det, som vi synes er vanskeligst at sluge ved det forslag, vi har liggende foran os, selvfølgelig er de yderligere beføjelser, som Forbrugerombudsmanden skal have for at kunne meddele et påbud med omgående retsvirkning. Det er her, den store knast er for vores vedkommende, og der er ingen tvivl om, at den knast skal ud af forslaget, for at vi skal kunne ende med at støtte forslaget.

Det, som man kan stille spørgsmål om, er jo, om virksomhedernes retsstilling bliver så markant forringet ved den her del af forslaget, at



det må anses for at være stridende mod alt, hvad Folketinget i øvrigt prøver at vægte, når vi taler retssikkerhed, og det mener vi rent faktisk det er.

Det, vi skal kigge på, er punkt et, om der er mulighed for, at virksomhederne kan få behandlet sagen ved retssystemet tilstrækkelig hurtigt, når de ikke er enige med Forbrugerombudsmanden. Selv om sagen skal indbringes inden for en uge, som der står i forslaget, er der nemlig ikke noget for os, der indikerer, at sagsbehandlingen vil ske så hurtigt, at det ikke kan blive med et meget stort betydeligt tab til følge for virksomhederne, at der kan meddeles et påbud fra Forbrugerombudsmandens side, som har omgående virkning.

Det næste spørgsmål, der så bliver afgørende, er selvfølgelig, om virksomhederne i den situation, hvor der altså er en lang sagsbehandlingstid, og hvor de derfor får markante tab som følge af det påbud, som måske senere bliver omstødt ved en egentlig retsbehandling, har mulighed for at få fuld erstatning. Og her må vi sige, at som det fungerer i dag, er det meget svært at forestille sig, at virksomhederne i praksis vil få fuld erstatning. Der vil efter vores opfattelse kun blive tale om en delvis erstatning, sådan som vi ser praksis i dag, og derfor stiller vi med den her del af forslaget virksomhederne i en fuldstændig horribel situation, som vi ærlig talt ikke synes ministeren burde lægge navn til.

Der ligger selvfølgelig også andre ting i forslaget, f.eks. det med retningslinjerne, der skal være bindende. Det ser vi også som et problem, for vi ser det som noget, der vil vanskeliggøre muligheden for at få Forbrugerombudsmanden til at virke som medspiller; en, man indgår aftaler med på baggrund af en konstruktiv drøftelse omkring nogle ting, og som får Forbrugerombudsmanden til at virke, som det også tidligere har været sagt fra en ordførers side, som en stat i staten, der kommer med pisen, frem for som udgangspunkt at prøve samtalen vej. Så vi tror, at den del af forslaget vil gøre det sværere at få indgået aftaler i gensidig respekt, og det føler vi faktisk burde være udgangspunktet.

Endelig skal jeg om åremålsansættelsen sige, at vi synes faktisk, at det kan være gavnligt at diskutere den del af forslaget; men vi synes altså ikke, som jeg også har vægtet i mit ordførerindlæg her, at den del af forslaget er det afgørende. Det er tværtimod spørgsmålet om For-

brugerombudsmandens mulighed for at meddele et påbud med omgående retsvirkning.

**Erhvervsministeren (Jan Trøjborg):**

Skulle jeg efter førstebehandlingen af forslaget om markedsføringsloven være i samme situation, som jeg var det efter førstebehandlingen af de to forudgående lovforslag, så ville jeg være betænkelig, idet der formentlig – ville jeg mene efter at have hørt ordførertalerne – ikke ville have været noget som helst nyt i lovforslaget.

Efter at have hørt hr. Svend Erik Hovmand, der siger: Ja, ja, forbrugerinteresserne er selvfølgelig også vigtige, men der er ikke brug for noget lige nu, og er der brug for noget, så er det alene en ophævelse af specialforbudene, måske er der endda brug for en vis svækkelse af Forbrugerombudsmandens stilling, som den allerede eksisterer i dag, er der snarere tale om, at her skiller vandene ganske betragteligt i Folketinget.

Der er tilsyneladende en del af ordførerne, der har den opfattelse, at Forbrugerombudsmandens muligheder for indgreb og påbud allerede i dag er for vidtgående. Den holdning deler jeg ikke.

Jeg deler heller ikke fru Pernille Sams' holdning, der beskæftiger sig med nogle udtalelser, jeg angiveligt er kommet med, der handler om den eksisterende markedsføringslovs § 1 og den praksis, der knytter sig til bestemmelsen, nemlig at Forbrugerombudsmanden har hjemmel til at foretage indgreb over for markedsføring – hvis denne skønnes utilbørlig eller anstødelig eller spiller på unøden frygt eller angst eller lignende, så kan der foretages et etisk skøn af Forbrugerombudsmanden. Det er jo netop, hvad der er behov for efter en general bestemmelse som § 1 i den eksisterende markedsføringslov: at vi har en selvstændig Forbrugerombudsmand, som kan tage stilling fra sag til sag, og som kan prøve grænser af i forhold til markedsføring.

I en sådan situation vil det være betænkeligt, hvis ministeren altid var enig med Forbrugerombudsmanden i hans helt aktuelle skøn. Jeg vil næsten være betænkelig, hvis vi altid var enige med Forbrugerombudsmanden i hans helt aktuelle skøn. Jeg synes tværtimod, at der er brug for en åben debat, at der er brug for at prøve grænser af, og det er også det, Forbrugerombudsmanden fra tid til anden gør. Og det er der først og fremmest brug for, fordi markedsføring ændrer sig så kolossalt i disse år.

Markedsføring bliver meget mere aggressiv, kommer meget stærkere ud, gør et meget stærkere indtryk, end vi nogen sinde har set det før.

Derfor er der behov for at prøve grænserne af, og disse grænser og retspraksis fastsættes jo så ofte, efter at retssystemet har udtalt sig, efter at domstolene har udtalt sig om konkrete sager. Men hvis vi ikke har en institution, der kan prøve grænserne af, så får vi ikke den dynamik i markedsføringsloven, som er tilsigtet.

Derfor vil jeg gerne have mig frabedt, at det skal tages som udtryk for en eksamination af Forbrugerombudsmandens konkrete afgørelse i konkrete sager, når jeg siger, at der er brug for at prøve grænser af. Der er brug for det ikke mindst i en situation, hvor vi har så aggressiv markedsføring; men jeg vil ikke forpligte mig til at være enig i hver eneste konkrete afgørelse, som Forbrugerombudsmanden træffer.

Så det der vel dækker sig under ordførertalen, som sådan på overfladen skal forstås som værende forbrugervenlig fra fru Pernille Sams' side, er vel i virkeligheden en dyb skepsis over for overhovedet at skulle have noget, der er på forbrugernes side; om vi ikke blot trygt kan overlade det til de frie markeds kræfter at bestemme aggressivitet i markedsføring og bestemme vilkår for salg. Det er jeg meget bekymret for.

Jeg er imidlertid glad for de mange ordførere, der har udtrykt ægte positiv interesse for forbrugers interesser. Det er min helt faste overbevisning, at et godt og seriøst drevet erhvervs- liv bestemmer har en interesse i, at der er forbrugerpolitisk interesse om markedsføring, og også har en interesse i, at der er en aktiv forbrugerpolitisk indsats, og at der er en dynamisk forbrugerbeskyttelse i form af en dynamisk markedsføringslov.

Det er i virkeligheden i de seriøse virksomheders interesse, at der kan sættes ind mod – hvad skal man sige – virksomheder, der måske bevæger sig lidt på kanten i forhold til markedsføringsloven, og som konkurrerer lidt på bekostning af andre virksomheder. Derfor er der behov for, at der er ganske stærke midler til rådighed for Forbrugerombudsmanden.

Det, som det her forslag lægger op til, er jo netop at styrke Forbrugerombudsmandens muligheder for at indgå bindende retningslinjer, styrke Forbrugerombudsmandens muligheder for at håndhæve markedsføringsloven og princippet om god markedsføringsskik. Det er

hele udgangspunktet for det foreliggende lovforslag.

Så er det rigtigt, at Forbrugerombudsmanden har udtrykt, at Forbrugerombudsmanden er bekymret over nr. 4 i lovforslaget: Er det nu så let at indgå bindende aftaler, hvis man får muligheden for at bygge oven på det eksisterende system med, at disse aftalte retningslinjer efter aftale skal være bindende. Forbrugerombudsmanden er lidt bekymret for, at det skulle forhindre muligheden for at indgå sådanne bindende aftaler.

Jeg mener imidlertid, at det er vigtigt, at aftaler, der indgås, også er aftaler, der kan stoles på. Og dér mener jeg ikke mindst, at det er af betydning for de brancher og de virksomheder, der indgår sådanne aftaler, og ikke mindst for de virksomheder, der tilhører en sådan branche, at man kan have en sikkerhed for, at reglerne også gælder for virksomheder, der ikke er tilsluttet de pågældende brancheorganisationer, at man altså indgår aftaler, og at det er meningen, at disse aftaler skal overholdes.

Hvis man skulle komme i en situation, hvor man ikke længere er tilfreds med en aftale, kan man naturligvis opsigte en sådan aftale fra brancheorganisationernes side. Det ligger helt klart, at den mulighed foreligger. Ikke desto mindre mener jeg, det er rigtigt at udstyre Forbrugerombudsmanden med det stærkere instrument, at han kan påbyde en overholdelse af retningslinjer. Det mener jeg er helt afgørende vigtigt, hvis vi vil styrke forbrugernes stilling, og hvis vi vil styrke de seriøse virksomheders muligheder for at agere i et ordentligt konkurrenceklima.

Jeg skal sige til fru Ulla Solvang, at det er klart, at denne styrkelse af Forbrugerombudsmandens handlingsmuligheder selvfølgelig betyder, at Forbrugerombudsmanden skal være særdeles omhyggelig med, hvorledes Forbrugerombudsmanden administrerer disse ganske vidtgående magtmidler, Forbrugerombudsmanden kommer i besiddelse af. Det kræver ganske meget jugement fra Forbrugerombudsmandens side både at afprøve grænser, være forbrugernes sikkerhedsgaranti for en seriøs og rimelig markedsføring og samtidig have et jugement, således at man ikke overdriver de magtbeføjelser, som man er udstyret med.

Det er en ganske krævende position, som Forbrugerombudsmanden har, og den styrkelse, der lægges op til, vil selvfølgelig stille store krav til Forbrugerombudsmandens fingerspids-

fornemmelse i forhold til en konkret udmøntning af de mere etiske bedømmelser f.eks. af markedsføring. Det er jeg fuldstændig enig i.

Til hr. Bent Hindrup Andersen skal jeg sige, at jeg var glad for bemærkningerne om tilslutningen til forslaget hovedintentioner. Jeg bed mærke i kritikken af forslaget om, at Forbrugerombudsmanden skal udpeges for en nærmere defineret periode. Jeg forstod ikke helt bekymringen for, at det skulle kunne svække Forbrugerombudsmanden. Som jeg ser det, vil en større selvstændiggørelse af Forbrugerombudsmanden være en styrkelse.

Jeg mener, der er en afgørende forskel på, om vi har en uafhængig institution, en Forbrugerombudsmand, der er udpeget for en given periode, eller om vi har en Forbrugerombudsmand som i dag, der er udpeget efter normale retningslinjer, i dette tilfælde af Erhvervsministeriet, altså typisk en embedsmand, der bliver udpeget som Forbrugerombudsmand. Jeg mener, det giver mere selvstændighed, mere styrke og i virkeligheden en ny institution, hvis man følger den model, som regeringen har lagt op til. Jeg er naturligvis indstillet på at gå ind i seriøse drøftelser af det element, og det ser jeg da frem til, at vi kan få lejlighed til i den kommende tid.

Fru Sonja Albrink nævnte ikke overraskende netop specialforbudene som det helt afgørende element, men jeg må sige til fru Sonja Albrink, at jeg var en lille smule skuffet over, at der ikke var lidt mere opmærksomhed med hensyn til reel forbrugerbeskyttelse, og jeg var lidt skuffet over, at der var så megen frygt for, at Forbrugerombudsmanden får reelle virkemidler i hænde, som kan bruges til at gennemføre en mere reel forbrugerbeskyttelsespolitik, end vi har kendt hidtil.

Til hr. Thulesen Dahl skal jeg sige, at det jo ikke er nogen kunst at sige, at man meget gerne vil opretholde de eksisterende retningslinjer, måske endda at de er for skrappe. Imidlertid mener jeg, at det, der lægges op til i forslaget, i høj grad er, at der skal samtales med organisationerne med henblik på at få retningslinjer etableret. Det, der er vigtigt, er, at det ikke er sådan, at vi etablerer en situation, hvor Forbrugerombudsmanden kan begå sig på de fine, bonede gulve, men at vi får en Forbrugerombudsmand, der forhandler på de fine, bonede gulve, og forhandler med så megen myndighed, at der kan indgås konkrete, bindende retnings-

linjer, som både Forbrugerombudsmanden, forbrugerne og erhvervslivet kan være tjent med.

(Kort bemærkning).

**Pernille Sams (KF):**

Her hørte vi så erhvervsministeren forsøge at undgå at udstille sin egen fiasko ved at fremstille os andre, som om vi ikke er forbrugervenlige. Jeg kan godt forstå, at ministeren har behov for at lægge et røgslør ud, men alligevel må der dog være en grænse for, hvad man kan stå her og sige, når ministeren i hvert fald burde have hørt den debat, der er foregået inden.

Jeg vil for god ordens skyld sige, at de intentioner, som ministeren lægger os i munden, har vi ikke. Dette forslag er efter vores opfattelse et reelt tilbageskridt for forbrugerne, og det er faktisk den begrundelse, som jeg også nævnte før.

Men jeg vil meget gerne vende tilbage til en sag, som erhvervsministeren gik meget let hen over, forståeligt nok måske. I det nummer af bladet Reklame, som udkom for to dage siden, siger den selv samme erhvervsminister, der står her og har fremsat dette forslag, at han absolut mener, at Forbrugerombudsmanden gik for vidt, da han i november greb ind over for urfirmatet REMREM og reklamebureauet, der havde lavet kampagnen med selvmord som et visuelt udtryk, med påbud om at stoppe den salgskampagne.

Erhvervsministeren siger, at han viger tilbage for myndighedsafgørelser i den type sager. Den nye markedsføringslov, som den selv samme erhvervsminister nu står her og forsvarer, lægger op til, at Forbrugerombudsmanden får langt videre beføjelser til at gå ind i netop den type sager, som erhvervsministeren tager afstand fra i dette blad, så jeg vil meget gerne have en forklaring på, om det er erhvervsministerens udtalelser her eller dem i bladet, som tegner regeringens og ministerens holdning.

(Kort bemærkning).

**Svend Erik Hovmand (V):**

Jeg må sige, at jeg er forbavset over ministerens argumentation, hvor han forsøger at kaste problemerne over i oppositionens lejr og siger, at vi har ikke tilstrækkelige forbrugerinteresser. Jeg har sjældent hørt så svag en argumentation og så urigtige påstande, men det kan jo kun skyldes, at ministeren har et problem.

Jeg lagde mærke til, at ministeren måtte erkende, at han havde et standpunkt til en vinkel

i lovgivningen, og så blev han sat på plads og måtte tage et andet standpunkt. Jeg har også lagt mærke til, at i den sag, som fru Pernille Sams rejser – jeg har selv med stor interesse læst det blad fra reklamebranchen, der er blevet omdelt – giver ministeren udtryk for nogle synspunkter, som er diametralt modsat den lovgivning, han nu har lagt frem.

Derfor er mit spørgsmål, om de venlige bemærkninger, som ministeren kom med til hr. Hindrup Andersen, er et udtryk for, at ministeren vil gennemtvinge denne lovgivning med en enkelt stemmes flertal. Vil ministeren bruge det spinklest mulige flertal og venstrefløjens yderfløj for at gennemføre denne lov?

(Kort bemærkning).

**Bent Hindrup Andersen (EL):**

Det er så spørgsmålet hvilken stemme. Det er jo en solid stemme, for Enhedslisten ved man, hvor man har. Jeg må ikke stille spørgsmål til partiet Venstre i denne forbindelse, men jeg synes, det er en lov, der bærer fremtiden i sig.

Ministerens udsagn om at se på spørgsmålet om Forbrugerombudsmandens uafhængighed gennem f.eks. åremålsansættelser ser vi som en imødekomme. Vi er helt enige i, at vi skal sikre en uafhængighed for Forbrugerombudsmanden, og vi mener, der må ske andre ting.

Det ene spørgsmål, som jeg savner svar på fra ministeren, er spørgsmålet om ressourcer. Under den borgerlige regering blev der jo sat en nedskæring i værk. Jeg vil gerne høre, om det ikke er rigtigt, at årsværket for forbrugerombudsmandsinstitutionen igennem de sidste ti år er blevet halveret og i dag udgør 13 årsværk. Hvis man i dag snakker om at styrke forbrugerombudsmandsinstitutionen, må der vel også være en vilje fra regeringens side til at styrke ressourcesiden. Efter vores opfattelse bør man faktisk indhente den nedskæring, der er sket, og vi vil gerne være med til at finde pengene, men jeg hørte ikke ministerens holdning til spørgsmålet om ressourcer.

(Kort bemærkning).

**Jørn Jespersen (SF):**

Der er et enkelt af de elementer, som ikke er med i ministerens udspil i dag, og som jeg godt lige vil spørge til. Det drejer sig om de organiserede rabatter, der tit har været inde i diskussionen om markedsføringslov og prismærkningslov osv.

I SF mener vi faktisk, det er et problem, at det i stadig stigende omfang ses, at man markedsfører sig på alle mulige former for foreninger, som yder organiseret rabat. Det betyder jo, at gennemsigtigheden på markedet bliver mindre, det bliver sværere for forbrugeren at vælge mellem forskellige forretninger og produkter, og det betyder, at man helt konkret har en masse besvær med at holde styr på alle mulige forskellige plastic kort, der giver adgang til den ene og den anden rabat. Endelig betyder det en mulighed for at forfølge uskyldige forbrugere med alle mulige tilbud om andre former for varer og tjenesteydelser.

Derfor ville jeg godt høre, om ministeren i forbindelse med denne ændring af markedsføringsloven er indstillet på i det mindste at sætte et eller andet udredningsarbejde i gang, som belyser mulighederne for at skabe gennemsigtighed og fair konkurrence også med hensyn til de organiserede rabatter.

**Erhvervsministeren (Jan Trøjborg):**

Til hr. Svend Erik Hovmand vil jeg blot konstatere, Venstre ved man, hvor man har: Imod bedre forbrugerbeskyttelse. Venstre har været entydigt imod hver gang, vi har foreslået noget som helst, der forbedrer forbrugernes stilling i samfundet og stiller krav til erhvervslivet om at følge god markedsføringsetik. Om Venstre ved man, at de altid er ensidigt imod.

Jeg er naturligvis meget glad for, at fru Pernille Sams læser mine overvejelser og alle mine artikler så grundigt, som tilfældet er. Jeg skal da gerne citere fra tidsskriftet Reklame, side 7, 2. spalte, sidste afsnit. Det er angående spørgsmålet om, hvorvidt et konkret indgreb i en konkret sag var for vidtgående. Her siger jeg helt konkret:

»Ja, det var nok lovlig vidtrækkende. Men det er vigtigt med en åbenhjertig debat. Vi skal ikke overgive os til enhver vanvittig idé uden at tage til genmæle. Især ikke nu, hvor konkurrencen i branchen bliver hårdere og hårdere og formen mere outreret. Vi må debattere det, men det er selvfølgelig noget andet end en myndighedsafgørelse.«

Jeg ville være skeptisk over for at træffe konkrete myndighedsafgørelser i specifikke situationer, hvor man kan sige, at der er tale om, hvad man kan kalde den frie kunstneriske udfoldelse også inden for reklamebranchen. Men det, der er vigtigt at understrege, og som jeg også prøvede at understrege i mit svar til fru Ulla

Solvang, er, at der her er tale om, at det er vigtigt at have en Forbrugerombudsmand, der i henhold til den eksisterende markedsføringslovs § 1 kan prøve grænser af fra tid til anden.

Jeg vil nødig være i en situation, hvor jeg skulle være forpligtet til altid at være enig i den konkrete vurdering, som Forbrugerombudsmanden anlægger, og derfor vil jeg selvfølgelig også forbeholde mig retten til at have en holdning til konkrete spørgsmål, medmindre naturligvis at det er rigtigt at drøfte det spørgsmål nøje, og det ville da være befriende, hvis fru Pernille Sams virkelig var interesseret i seriøst at drøfte det spørgsmål i forbindelse med en generel holdning til at ville styrke forbrugernes stilling.

I forbindelse med styrkelsen af Forbrugerombudsmandens myndighedsbestemmelser er jeg naturligvis i givet fald meget indstillet på at drøfte, om der fra Folketinget kan udstikkes retningslinjer i forhold til, hvilket jugement der så skal indlægges i forhold til spørgsmål af mere etisk karakter, spørgsmål om den holdningsmæssige vurdering af f.eks. den kunstneriske frihed inden for reklamebranchen, det er klart nok.

Det var ikke ligefrem et oplæg til forhandling, som jeg hørte fra fru Pernille Sams. Det var mere et forsøg på at finde en grimasse, der kunne passe til at sige nej til bedre forbrugerbeskyttelse. Har jeg misforstået det, vil jeg naturligvis gerne tilsige, at jeg er indstillet på at forhandle, blot resultatet bliver en lov, der sikrer bedre forbrugerbeskyttelse, men det er ikke det, jeg endnu har hørt fra hverken V eller K.

Til hr. Jørn Jespersen vil jeg sige, at disse organiserede rabatter, FDB's plastic kort og andre kort, som hr. Jørn Jespersen ikke er så glad for, selvfølgelig er en de facto-opgave, som vi står over for at drøfte. Om vi skal have en særlig udredning om det, ved jeg ikke, men jeg er indstillet på at drøfte det. Der er jo faldet en konkret afgørelse i den konkrete sag om FDB's loyalitetsprogram i overensstemmelse med den eksisterende markedsføringslov, så man kan sige, at den sag i og for sig er på plads i forhold til den markedsføringslov, der er gældende. Der lægges ikke op til ændrede bestemmelser i den forbindelse med det forslag, der nu ligger på bordet, men jeg er da villig til at overveje, om der kan være grundlag for at iværksætte en nærmere undersøgelse og analyse af udbredelsen af disse organiserede rabatter.

(Kort bemærkning).

**Svend Erik Hovmand (V):**

Jeg kan fuldt ud bekræfte, at ministeren fuldstændig har misforstået det, når han mener at vide, at Venstre er imod tiltag, der forbedrer forbrugernes forhold, og det må være imod bedre vidende, når ministeren siger det på den måde. Ministeren vil vide, at Venstre faktisk har stemt for en lang række af de tiltag, der er sket i de seneste år, og oven i købet også lavet aftaler med den siddende regering om væsentlige fremskridt på forbrugerområdet.

Det, vi ikke vil, er at have en Forbrugerombudsmand, der optræder som en stat i staten, som får entydig magt, og som tramper på retssikkerheden i den øvrige del af samfundet. Men når ministeren siger alt det her, vil jeg godt gentage det spørgsmål, som jeg stillede. Er det virkelig ministerens opfattelse, at denne lovgivning, så vigtig den er for det samlede erhvervsliv, skal gennemtvinges med en enkelt stemmes flertal baseret på den yderste venstrefløj? Det vil jeg gerne have ministerens svar på.

(Kort bemærkning).

**Pernille Sams (KF):**

Det er helt ømt at høre ministeren forsøge at tage patent på, hvad forbrugerbeskyttelse er, og så med baggrund i sådan et misfoster af et lovforslag, som vi har her. Jeg er nødt til at vende tilbage til sagen om, hvordan erhvervsministeren har udtrykt sig i det blad, Reklame, som jeg tidligere har citeret. Jeg har endnu ikke fået at vide, om det er korrekt, og om ministeren står ved det, han siger her:

»Jeg viger meget tilbage for myndighedsafgørelser i den type sager«, siger hr. Jan Trøjborg.« Det står der, samtidig med at den nye markedsføringslov nu lægger op til øgede muligheder for myndighedsafgørelser i den type sager. Hvilken af udtalelserne er korrekt?

Jeg vil også gerne citere et andet sted fra nøjagtig samme interview med erhvervsministeren for to dage siden, hvor erhvervsministeren siger: »Det er netop derfor, jeg viger tilbage for at bruge mulighederne for indgreb mod selve udtryksmidlet. Jeg er parat til at se på, hvordan disse elementer kan trækkes ud af lovreguleringen«.

Jeg synes ikke, vi har fået noget bud på i dag, hvordan erhvervsministeren vil trække det ud af lovreguleringen. Det er bare løfter, der for to dage siden er fremsat i et blad, men det er nøjagtig det modsatte, som erhvervsministeren står

og siger her fra talerstolen, og nøjagtig det modsatte, som hans eget lovforslag indeholder.

(Kort bemærkning).

**Bent Hindrup Andersen (EL):**

Jeg formoder, at ministerens taletid løb ud, mens han prøvede at redegøre for, hvorfor det var fornuftigt at lave forbrugerpolitik med Enhedslisten i stedet for med V og K, så det skal jeg da gerne indrømme ministeren, men jeg vil gerne gentage mit spørgsmål, som drejer sig om ressourcerne.

Det er klart, at hvis man ønsker en aktiv forbrugerombudsmandsinstitution, må denne nedskæringspolitik efter min opfattelse vendes. Så vidt vi er orienteret, er det lykkedes at få halveret årsværkene over ti år, selvfølgelig startet godt og grundigt af V og K-regeringen. Der er ikke sket nedskæringer siden, men der er altså også noget at rette op på fra den periode, hvor V og K har været ved magten.

Mit spørgsmål til ministeren var, om regeringen vil være indstillet på at kigge på de ressourcer, så vi kan begynde at genvinde noget af det tabte.

**Erhvervsministeren (Jan Trøjborg):**

Jeg mener stadig væk at kunne konstatere, at man ved, hvor man har Venstre, i dag i al fald: Venstre er imod bedre forbrugerbeskyttelse. Det skal komme an på en nærmere analyse, men efter min hukommelse – jeg lægger ikke hovedet på blokken – var Venstre også imod markedsføringslovsforslaget i 1994. Det skal komme an på en nærmere prøve, men Venstre er imod disse forslag til bedre forbrugerbeskyttelse. Venstre er ikke på forbrugernes side.

Det er en interessant debat, som fru Pernille Sams har fat i. Jeg vil meget gerne deltage i debatten, for jeg synes, den er væsentlig, og den er rigtig. Det handler selvfølgelig ikke om den mere substantielle afgørelse af, om der er tale om god markedsføringsetik, altså om der er nogle garantiforpligtelser, der ikke overholdes, eller om der er varer, der ikke lever op til det, varerne skal leve op til, men om det jugement, der skal anlægges i forbindelse med de mere etiske overvejelser.

Det ville jeg meget gerne drøfte og forhandle, hvis der var et oplæg til det, men det er jo ikke det, jeg hører fra fru Pernille Sams' side. Jeg hører netop tværtimod en lyst til at protestere og sige en frygtelig masse ord i Folketingssalen, men der er ikke så meget som en flig af en

åbning for muligheden for forhandling. For regeringen vil forhandling naturligvis betyde, at man forhandler på det grundlag, som regeringen har lagt frem, nemlig substansen, der betyder bedre muligheder for reel forbrugerbeskyttelse. Jeg vil gerne understrege, at jeg også mener, det er en fordel for erhvervslivet, idet det primært er en fordel for det seriøse erhvervsliv.

Til hr. Bent Hindrup Andersen: Ressourcerne skal vi ikke glemme, ressourcerne er vigtige. Det er jo rigtigt, at forbrugerombudsmandsinstitutionen er trængt ressourcemæssigt. Regeringen opererer med at tilføre flere ressourcer til forbrugerombudsmandsinstitutionen i indeværende års finanslovsforslag. Vi kan komme nærmere ind på spørgsmålet under udvalgsbehandlingen, men jeg mener, at som vores prioriteringer p.t. ligger i Erhvervsministeriet, arbejder vi med at tilføre i al fald seks årsværk til forbrugerombudsmandsinstitutionen.

(Kort bemærkning).

**Pernille Sams (KF):**

Nu må vi så bare konstatere, at jeg har spurgt så utvetydigt så mange gange, at der slet ikke er nogen tvivl om, at erhvervsministeren ikke vil fortælle Folketinget, om det er den ene eller den anden version af ministerens tale, der tegner ministerens holdning og mening om denne sag.

Hermed sluttede forhandlingen, og lovforslaget overgik derefter til anden behandling.

## Afstemning

**Tredje næstformand (Margrete Auken):**

Jeg foreslår, at lovforslaget henvises til Erhvervsudvalget. Hvis ingen gør indsigelse, betragter jeg det som vedtaget. (Ophold). Det er vedtaget.

Den næste sag på dagsordenen var:

**7) Første behandling af lovforslag nr. L 173: Forslag til lov om Center for Forbrugerinformation.**

Af erhvervsministeren (Jan Trøjborg).  
(FremSAT 4/2 98).