

overhovedet ikke i den hvidbog, der er nu, se nogle positive tanker, f.eks. at vi skal anvende forsigtighedsprincippet mere aktivt, f.eks. at industrien bliver gjort mere ansvarlig for at fremskaffe viden? Er det slet ikke positivt, eller drejer det her sig bare om, at hr. Søren Kolstrup ikke bryder sig om EU?

(Kort bemærkning).

**Søren Kolstrup (EL):**

Den socialdemokratiske ordfører har ret i én ting, nemlig at der i EU pågår italesættelser, og der kommer relevante input fra EU til drøftelser, f.eks. hvidbogen, men jeg synes også, det er relevant at tage fat i, hvad der sker, når den socialdemokratiske miljøminister endelig vil gøre noget. Det er nævnt, at man jo har gjort noget på ftalatområdet, men hvem er det, der har udvirket, at ministerens indsats på dette lille, afgrænsede område blev så utrolig begrænset også i forhold til børns legetøj? Hvem var det? Var det ministeren, der spændte ben for sig selv? Var det ministeren, der skød sig selv i foden? Var det fru Pernille Blach Hansen, der skød ministeren i foden?

Nej, nej, det var den centralmagt, som, og det er ikke bare en indrømmelse, for det har jeg også selv været med til at sige, er kommet med relevante italesættelser, helt klart, for EU er jo mange ting. Men det er bare interessant, hvem der, som en tysker vil sige det, »in letzter Linie« kommer og siger noget.

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

## Afstemning

**Den fg. formand (Inge Dahl-Sørensen):**

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

Den sidste sag på dagsordenen var:

### 15) Første behandling af beslutningsforslag nr. B 166:

**Forslag til folketingsbeslutning om sikring af reel forbrugerinformation ved butikkers ud-salg.**

Af Ole Sohn (SF) m.fl.

(Fremsat 30/3 2001).

Forslaget sattes til forhandling.

## Forhandling

**Erhvervsministeren (Ole Stavad):**

Lad mig starte med at sige, at jeg mener, at reel forbrugerinformation er utrolig vigtig, og regeringen er parat til at slås for den i alle de sammenhænge, hvor muligheden for at forbedre forbrugerinformationen er til stede.

Når jeg ser på det forslag, som SF her har fremsat, om, at vi skal føje nogle ændringer ind i prismærkningsloven, så har jeg lidt svært ved at forstå andet, end at der et eller andet sted må være tale om en misforståelse. Ikke fordi formålet ikke er godt, ikke fordi det, man gerne vil her, ikke er rigtigt, men fordi vi i meget stor udstrækning i markedsføringsloven og via Forbrugerombudsmanden har løst problemet.

Jeg har svært ved andet end at læse det her forslag som et resultat af en undersøgelse, der har været nævnt i forbrugerbladet Tænk & Test, hvor det måske ikke tilstrækkelig klart er fremgået, at vi har en række regler håndhævet, udstukket af Forbrugerombudsmanden i markedsføringsloven, hvor jeg i øvrigt mener, at det her bør høre hjemme også i den udstrækning, hvor vi skulle ind og foretage justeringer i forhold til de regler, vi kender i dag. For markedsføringsloven håndhæves af Forbrugerombudsmanden, hvorimod vi ikke har tilsvarende muligheder for håndhævelse, når vi er inde i prismærkningsloven. Det eneste sted, man kan gå hen med overtrædelse der, er faktisk til politiet, og der siger al erfaring, at det på forbrugerområdet er et så vidtgående skridt, at det stort set aldrig forekommer.

Så til hr. Ole Sohn vil jeg klart sige: Regeringen vil meget gerne tilslutte sig fuldt og helt de ambitioner og intentioner, der ligger i det her forslag. Vi er selvfølgelig også parat til at diskutere, om der er behov for nogle justeringer og nogle forbedringer i forhold til det eksisterende.

Men hvis jeg må vende mig hen mod de regler, som vi har i det eksisterende, så er det som sagt Forbrugerombudsmanden, der fører tilsyn med overholdelse af markedsføringsloven, hvor vi i dag har reglerne. Et af de midler, han anvender i forbindelse med tilsynet, er at udarbejde vejledning om fortolkning af markedsføringsloven på områder, hvor der har vist sig generelle problemer.

Og netop det problem, som hr. Ole Sohn peger på, og som beslutningsforslaget handler om, har Forbrugerombudsmanden indgående behandlet i det, der hedder Vejledning om pris-markedsføring, der er tilbage fra december 1997.

Vejledningen ligger på Forbrugerstyrelsens hjemmeside og indeholder et afsnit om prissammenligninger, hvori betingelserne for anvendelse af udtrykket normalpris, såvel om konkurrenter som om egen normalpris, gennemgås.

Om sammenligningen med egen normalpris hedder det: »Det bør kunne dokumenteres, at nøjagtig samme vare eller tjenesteydelse i en længere periode umiddelbart forud for annonceringstidspunktet har været solgt til den angivne normalpris i den erhvervsdrivendes virksomhed.«

Forbrugerombudsmanden har afstået fra i vejledningen at præcisere, hvad der skal forstås ved en længere periode, idet der ikke foreligger retspraksis herom. Han udtaler dog, at hvis en erhvervsdrivende kortvarigt sætter prisen for en vare op for derved at kunne markedsføre varen med en stor prisnedsættelse, vil dette antagelig være vildledende og dermed strafbart efter markedsføringsloven. Har varen derimod været solgt i f.eks. 5 måneder til samme pris, vil sammenligningen med normalpris eller førpris utvivlsomt være i orden.

Om sammenligningen med egen normalpris i forbindelse med åbningssalg eller introduktionstilbud siges det i vejledningen, at dette kan være berettiget, hvis varen i en længere periode efter introduktionstilbudets ophør bliver solgt til normalpris, eller hvis det dokumenteres, at varen bliver solgt til den angivne normalpris i andre forretninger tilhørende samme kæde. Og som det fremgår, ja, så ligger Forbrugerombudsmandens prisvejledning helt på linje med beslutningsforslaget, blot er vejledningen, kan man sige, mindre firkantet end beslutningsforslaget og muliggør en mere fleksibel og konkret vurdering af den form for prismarkedsføring.

Forbrugerombudsmanden fører tilsyn med, at markedsføringsloven overholdes. Han forsøger

først og fremmest gennem forhandlinger at påvirke de erhvervsdrivende til at handle i overensstemmelse med god markedsføringsskik og i øvrigt overholde lovens bestemmelser. Ved overtrædelse af markedsføringsloven kan Forbrugerombudsmanden nedlægge forbud ved domstolene, ligesom han kan rejse straffesag bl.a. for vildledende oplysninger om priser.

Forbrugerombudsmanden bestemmer selv, hvilke sager han vil tage op. Han skal dog navnlig lægge vægt på hensynet til forbrugerne. Men jeg kan da nævne til orientering, at Forbrugerombudsmanden netop her i efteråret 2000 med et godt resultat har afsluttet en retssag om prisannoncering.

Konkluderende kan jeg sige, at alt i alt er det min opfattelse, at vi er bedst tjent med, at anvendelsen af de mange forskellige salgsfremmende udtryk, erhvervslivet kan finde på at benytte sig af, fortsat reguleres af markedsføringslovens mere smidige bestemmelser, som er undergivet Forbrugerombudsmandens tilsyn, og derfor kan jeg ikke støtte forslaget om, at der i loven indsættes detaljerede og firkantede regler om, under hvilke betingelser de erhvervsdrivende må anvende visse udtryk og begreber.

Jeg vil godt sige, at jeg føler mig ret tryk ved, at Forbrugerombudsmanden vil gøre sit yderste for også på det her område inden for de rammer, ressourcer og muligheder, han har til rådighed, at varetage forbrugernes interesse helt i overensstemmelse med intentionerne i forslaget, som vi her behandler.

#### **Jytte Wittrock (S):**

Vi er i Socialdemokratiet på samme måde som regeringen fuldstændig enige med forslagsstillerne i, at der er brug for en redelig og reel prisinformation, også i forbindelse med udsalg. Det er naturligt, at vi som forbrugere er interesserede i, at oplysninger om kvalitet og pris holder stik.

I dag har vi faktisk bedre muligheder end tidligere for at hente informationer. Vi kan bl.a. orientere os på de nye prisguides på Internettet, og på Forbrugerinformationens hjemmeside kan vi også finde frem til den billigste forhandler af en vare, som vi ønsker at købe.

Men der er også forbrugere, der ikke betjener sig af IT, og for dem er det vigtigt at kunne stole på de priser, som forhandlerne annoncerer med, og det er vigtigt, at der er en information, som de også kan få fat i, så Internettet ikke kun er den ekstra informationskilde, de har.

Anvendelse af vildledende og urigtige salgsfremmede udtryk er forbudt ifølge markedsføringsloven, og denne lovs overholdelse fører Forbrugerombudsmanden tilsyn med.

Vi er ikke enige i, at prisfusk skal løses gennem en håndfast regulering i prismærkningsloven. De forhold, der peges på, er allerede reguleret i markedsføringsloven, nemlig ved at de faktiske forhold omkring priser skal kunne dokumenteres.

Ministeren har meget grundigt givet en redegørelse for, hvordan både redegørelsen og Forbrugerombudsmandens vejledning kan administreres i praksis. Det vil jeg ikke yderligere kommentere, men vi mener i Socialdemokratiet, at det ville føre til meget mere bøvl, hvis vi fulgte forslaget. Hvem skulle i givet fald føre tilsyn? Der føres ikke i dag tilsyn med prismærkningsloven.

Vi synes, markedsføringsloven giver de rammer, der er brug for, og i paragrafferne om god markedsføringsskik og om vildledningsforbudet fastsættes rammerne for erhvervslivets markedsføring.

Vi mener hermed, at vi som forbrugere er tilstrækkeligt dækket ind med den nuværende lovgivning. Selv om vi er så enige i, at vi skal have en forbrugeroplysning, der er så reel som overhovedet mulig, så mener vi ikke, at vi kommer videre ad den vej, vi gerne vil gå, ved at følge dette forslag, så vi kan ikke anbefale det.

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

Hvem går ikke ind for en god, en sund og en hæderlig og redelig forbrugeroplysning? I Venstre gør vi i hvert fald. Vi synes, det er utrolig vigtigt, at forbrugerne får en ordentlig information, og vi har altid været talsmænd for en ordentlig forbrugeroplysning.

På det her område, som vi nu diskuterer, synes vi imidlertid, at man er gået for vidt, fordi man her foreslår en række ting, som i et vist omfang allerede eksisterer, markedsføringsloven, Forbrugerombudsmanden, og som derudover vil være utrolig svære at kontrollere.

Jeg synes, at eksemplet, som nævnes i bemærkningerne til beslutningsforslaget, taler for sig selv. Det vil være en meget, meget svær opgave, hvis man skulle gå ud og kontrollere det her, og så er der i øvrigt også noget, der hedder markedskræfter i dette land. Det er måske til syvende og sidst den bedste reguleringsmekanisme, vi overhovedet har.

Så med disse bemærkninger vil jeg afvise forslaget.

#### **Tom Behnke (KF):**

Da vores ordfører, fru Pernille Sams, er til møde et andet sted i huset, har jeg lovet på hendes vegne at fremføre følgende:

Dette forslag er med al respekt helt ude i hampen, som det hedder på nydansk. De to linjer, der præsenterer forslagens idé, er sympatiske nok for en overfladisk betragtning at være, men når man så læser forslagens bemærkninger, tyder det på, at uanset hvad der eventuelt måtte komme af konkret udmøntning af de to første linjer, vil det være helt uspiseligt i virkelighedens verden.

Man åbner i forslagens bemærkninger for helt ukontrollable prismærkningsregler og helt utrolig omfattende og administrativt tunge og tidskrævende foranstaltninger, regler, der vil kræve et uforholdsmæssigt stort tidsforbrug i detailhandelen, som slet ikke står mål med den gevinst, der opnås, og som ikke vil kunne håndhæves, uden at politiet eller andre myndigheder mangedobles.

Så vi står af og stemmer nej. Det Konservative Folkeparti tror ganske simpelt ikke på, at der kan laves et fornuftigt forslag, som kan bruges i praksis ud fra de opstillede retningslinjer fra SF's side.

#### **Svend Aage Fauherholdt (DF):**

Da vores ordfører på området, hr. Egil Møller, ikke kan være til stede, skal jeg fremføre følgende:

Dansk Folkeparti kan følge SF i intentionerne om, at forbrugerne sikres reel forbrugerinformation.

Den gældende lovgivning på området findes bl.a. i markedsføringsloven, jf. bekendtgørelse af lov om markedsføring nr. 699 af 17. juli 2000. Her bestemmes i § 2, at de handlende ikke må anvende urigtige, vildledende eller urimeligt mangelfulde angivelser ved bl.a. udbud af varer.

Såfremt denne bekendtgørelses bestemmelse overholdes, er det ikke nødvendigt med yderligere opstramning af loven. Det er således alene overholdelse af gældende bestemmelser, der vil sikre forbrugerne reel forbrugerinformation.

I øvrigt ville SF's beslutningsforslag medføre, at f.eks. tøjbutikker og skobutikker skulle ændre prismærkningen på alle sine varegrupper, hver gang forretningerne vil ændre prisen. Det ville være uoverskueligt både for den pågældende

forretning at prismærke og for den enkelte forbruger at følge med i disse prisændringer.

Set gennem Dansk Folkepartis briller er det herefter alene et spørgsmål, hvordan man håndhæver loven. Dansk Folkeparti kan ikke støtte beslutningsforslaget.

#### **Morten Helveg Petersen (RV):**

Fair og gennemskuelige priser er til gavn for alle, både erhvervsdrivende og forbrugere, og jeg vil medgive forslagsstillerne, at det som forbruger somme tider kan være endog særdeles svært at gennemskue priser ved ud salg, særlige kampagner m.m., men efter Det Radikale Venstres opfattelse er der ikke nogen grund til at opfinde den dybe tallerken to gange, når det rent faktisk forholder sig sådan, at den eksisterende markedsføringslov tager højde for de forhold, som forslagsstillerne påpeger.

Markedsføringsloven forbyder i forvejen urigtige, vildledende eller urimeligt mangelfuld angivelse af priser i markedsføringen. Forbrugernes garant mod vildledende priser er Forbrugerombudsmanden, som fører tilsyn med, at erhvervsdrivende overholder lovens krav. Forbrugerombudsmanden har i en vejledning fra december 1997 præciseret, at handlende bør kunne dokumentere, at normalprisen har været gældende i en længere periode.

Markedsføringsloven giver altså Forbrugerombudsmanden det fornødne værktøj til at gribe ind over for vildledende priser, og det ville være u hensigtsmæssigt med alt for stramme regler, således som forslagsstillerne mener. Derfor finder Det Radikale Venstre, at de gældende regler er gode nok, og vi kan derfor ikke støtte forslaget.

#### **Børge Klit Johansen (KRF):**

Intentionerne bag det her forslag ser vi meget positivt på. Det er uacceptabelt, at forbrugere bliver ført bag lyset med vildledende oplysninger. De eksempler, der er nævnt i bemærkningerne til forslaget fra Tænk & Test, er jo efter vores opfattelse ikke alene uacceptable, de er faktisk lovstridige, og man kan med de redskaber, vi har i dag, gribe ind over for den her vildledende oplysning. Om det ændres væsentligt, ved at man så siger 6 måneder i stedet for 5, ved jeg ikke. Inden for visse brancher går udviklingen stærkt.

Intentionen med forslaget er godt, for det er svært at huske, hvad der er normalpris, og hvad der ikke er normalpris, men vi synes alligevel, at

det bliver bureaukratisk, og det bliver mærkningsmæssigt uoverskueligt, hvis man i hvert fald inden for visse brancher skal følge de udsving, der kan være i priserne på en vare over en periode.

Spørgsmålet er, om man har brug for det i dag, om det, man har brug for, i virkeligheden ikke er mere bevidste forbrugere, end det er flere regler. Jeg ved, at hr. Ole Sohn og hans parti også har været med til at arbejde på at bevidstgøre forbrugere på det her område. Og jeg mener, at forbrugeroplysning, herunder oplysning om, hvor man kan finde sammenlignelige priser på nettet og andre steder, er en god måde at gøre det på. Oplysninger som dem, der er bragt i Tænk & Test og i forskellige forbrugerprogrammer på tv, er jo med til at sætte fokus på det her, så vi som forbrugere ved, at vi altså skal passe på, fordi der er nogle, der vil snyde os, ikke mindst til jul, og så er det ikke julegaver, vi får.

#### **Den fg. formand (Inge Dahl-Sørensen):**

Ordføreren for forslagsstillerne, hr. Ole Sohn.

#### **Ole Sohn (SF):**

Jeg synes, det har været nogle interessante kommentarer, der er kommet fra både fra regeringen og fra partiernes ordførere, og hvis man ser bort fra Venstre og Konservative, som mente, at markedskræfterne var de bedste til at varetage forbrugernes interesser, så synes jeg, at der blandt de øvrige ordførere var en forbløffende forståelse for problemets omfang, og for at der er nogle reelle problemer, men at måske ikke lige det konkrete forslag om at stramme og ændre prismærkningsloven er det rette instrument. Jeg skal ikke kunne sige, om det er de vises sten, vi har fundet.

Men i og med at der er en almindelig anerkendelse af, at vi har et problem, gør, at jeg synes, man også bør gøre noget ved det. Det er korrekt, at vi har markedsføringsloven, og vi har i markedsføringsloven Forbrugerombudsmandens vejledning til, hvordan forholdene skal være. Men så må der jo være et problem et eller andet sted, i og med at der gang på gang kan komme eksempler på, at forretninger eller butikker fuser med priserne. Når det kan lade sig gøre, må det jo skyldes, at der ikke er ressourcer nok hos Forbrugerombudsmanden til at varetage forbrugernes interesser.

Det er jo derfor, vi forestillede os, at man måske kunne lægge det ind under prismærkningsloven. Men så får man at vide, at det ikke er godt

nok, fordi der slet ikke føres tilsyn med prismærkningsloven. Det vil sige, at politiet ikke har ressourcer til at sikre sig, at prismærkningsloven bliver overholdt. Det er dog interessant, at vi har en lovgivning, som vi på forhånd tilkendegiver det ikke kan lade sig gøre at efterleve, fordi der slet ikke er ressourcer til det.

Så er spørgsmålet: Burde vi så egentlig ikke drøfte, hvordan vi sikrer, at forbrugernes interesser bliver varetaget bedst muligt inden for lovgivningens rammer og de vejledninger, den giver, hvis gældende lov er tilstrækkelig? Der synes jeg, at der mangler noget, og derfor håber jeg, at beslutningsforslaget, som bliver lagt frem, kan give anledning til, at man overvejer, om forbrugerombudsmandsinstitutionen har tilstrækkelige ressourcer til at efterleve egen vejledning, om der måske dels skal afsættes flere ressourcer, dels skal ændres i vejledningen, sådan at man får strammet op på en sådan måde, at butikkerne finder ud af, at det ikke kan svare sig at fuske med priserne.

Det er forhåbentlig – forhåbentlig – kun de færreste butikker, der gør det, men vi ved, at der findes eksempler på det. Forbrugerbladet »Tænk & Test«s undersøgelse er jo ikke enestående. Som hr. Børge Klit Johansen også gjorde opmærksom på, er der også en række andre forbrugerprogrammer i tv eksempelvis, som kommer med eksempler på det.

Så der er altså et problem, som jeg håber at ministeren vil være med til at overveje hvordan man kan løse. Hvis det ikke er reglerne, der skal ændres, så er det i hvert fald flere ressourcer, som gør, at man på en mere effektiv måde kan komme det fusk til livs, som eksisterer inden for forhåbentlig et fåtal af butikkerne.

Så man kan sige, at vi med beslutningsforslaget har ønsket at sætte fokus på problemet. Det er ikke, kan jeg forstå på mine kolleger i Folketinget, det rigtige instrument, vi har fundet, men jeg er glad for, at vi har fået en erkendelse fra et flertal af Folketingets partier af, at der er et pro-

blem, og at der skal findes nogle bedre værktøjer til Forbrugerombudsmanden, sådan at vi kan få en stramning af det tilsyn, som ligger i markedsføringsloven. Jeg ser frem til, at der kommer et udspil om det.

Ellers kan jeg da allerede nu tilkendegive, at vi også i forbindelse med de kommende finanslovforhandlinger selvfølgelig vil sikre os, at der bliver afsat tilstrækkelig med ressourcer til forbrugerorganisationerne, forbrugerinteressenternes arbejde, sådan at vi på en endnu mere effektiv måde kan sikre os, at der bliver sat fokus på forbrugerbeskyttelsen på alle felter.

Hermed sluttede forhandlingen, og forslaget overgik derefter til anden (sidste) behandling.

### Afstemning

**Den fg. formand (Inge Dahl-Sørensen):**  
Jeg foreslår, at forslaget til folketingsbeslutning henvises til Erhvervsudvalget. Hvis ingen gør indsigelse, betragter jeg det som vedtaget. (Op- hold). Det er vedtaget.

### Meddelelser fra formanden

**Den fg. formand (Inge Dahl-Sørensen):**  
Folketingets næste møde afholdes i morgen, onsdag den 25. april 2001, kl. 13.00.

Angående dagsordenen skal jeg henvise til den dagsorden, der er opslået i salen.

Mødet hævet kl. 19.04