

[A. C. Normann.]

Var det ikke rigtigt nu at gå videre i den skure — efter de retningslinjer, som dengang blev lagt — med, at man liberaliserer; at man søger at få skabt tilslutning fra de samme partier, som vedtog den friere næringslov, også til de to lovforslag, der her er tale om? Jeg tror, at den højtærede handelsminister vil have mulighed derfor. Jeg har oplevet allerede i udvalgsarbejdet, at den højtærede handelsminister kan være meget produktivt smidig, når han ønsker at være det; det er altså min forhåbning, at han ønsker at være det i denne sag.

Vi i det radikale venstre nærer også betænkelighed ved det betingede forbud i § 6 mod rabatkuponer, men vil gerne drøfte dette punkt nærmere i udvalget. Så vidt jeg kan se, vil f. eks. brugsforeningerne ikke kunne fortsætte med den nuværende bonusordning, hvis lovforslaget gennemføres, således som det her foreligger. Det er jo sådan for brugsforeningernes vedkommende, i alt fald dér, hvor jeg kender til det, at der med varerne følger rabattmærker, som angiver købsværdien af hensyn til den senere udregning af bonussen, men ikke indeholder den krævede angivelse af mærkets pålydende værdi, den værdi, som man altså skulle kunne forlange indløst kontant, hvis man ikke vil have varer for den eller ikke vil vente til årets udgang.

Med hensyn til forslag til lov om indseende med priser mener det radikale venstre ikke, at vi bør gå så vidt som til at foreskrive, hvilke enheder der må sælges. Dette vil under en ulempeligere administration end den hidtidige, hvis vi skulle opleve en sådan, føles som og være et ubilligt og meget upraktisk indgreb i handelens frihed. Det praktiske liv fordrer bestandig nye mængdeenheder, nye vægtenheder, og desuden er det mest økonomisk, at de samme enheder, der må eksporteres, fordi vore markeder nu kræver det, også kan sælges herhjemme, hvor dette efter handelens skøn ikke hindres af forbrugsvaner eller andre hensyn. Jeg tror, det gælder for en række af vore forretninger, at det kommer til at spille en rolle i deres rationaliseringsbestræbelser, at de kan nøjes med en eller ganske få mængdeenheder.

Vi vil gerne have nærmere oplysninger om den hidtidige administration af stan-

dardiseringen, have at vide, om der ikke på basis af erfaringerne med den gældende konkurrencelovs § 16 kan nævnes et begrænset antal eller det begrænsede antal varearter, som bør kunne omfattes af den påtænkte standardisering. Vi er derimod i vort parti med på, at kunden, bl. a. for at kunne sammenligne prismæssigt, må have krav på, at varens indhold og egenskaber, så vidt som det nu er muligt at karakterisere disse, og mængde angives på emballagen eller på selve varen, og vi har ikke noget imod at flytte disse bestemmelser over i prisindseendeloven, når nu den højtærede minister har fundet dette praktisk.

Jeg skal med disse bemærkninger give tilsagn om, at det radikale venstre altså vil arbejde positivt med på behandlingen i udvalget.

**Antonsen:** Det foreliggende forslag til konkurrencelov er jo udtryk for, er et led i den generelle bevægelse mod mere liberale forhold, og vi kan generelt også give vor tilslutning til dette lovforslag, selv om der selvfølgelig er en række enkeltheder i det, som vi kunne ønske anderledes.

Jeg skal som eksempel herpå nævne det, der efterhånden har været nævnt af alle de øvrige ordførere: lovens § 5 om reklamebortlodning. Jeg har det indtryk, specielt efter at have læst undersøgelserne i betænkningen, at der her mere er tale om at imødekomme en fiks idé, end der egentlig er et behov for at lave en begrænsning netop på dette område. Vi er tilfreds med den generelle liberale tendens i lovforslaget, men det er helt uforståeligt, at man behøver at trække denne enkelte lille ting frem og forbyde den.

Men selv om det måske kun er en fiks idé, vil jeg da også gøre opmærksom på, og specielt vil jeg henlede fru Gunhild Dues opmærksomhed på, at det jo meget vel kan gå sådan, at det bliver dyrere for forbrugerne, hvis man forbyder denne reklameform. Hvis det er sådan, at forbrugernes interesse for en bestemt vare er stor, fordi der til varens salg er knyttet et reklamelotteri, vil det måske være medvirkende til, at de enkelte varer kommer billigere gennem detailedet. Når hr. Jens Peter Jensen rigtigt peger på, at andre reklamemidler kan blive bragt i anvendelse for at få varen frem på disken, kan man også pege på, at et