

brugte varer, der ligeledes i forbrugerkommissionens lovudkast var undtaget i opregningen i stk. 1. Da der imidlertid skønnes at kunne blive behov for at anvende mærknings- og skiltningsbestemmelserne inden for særlige områder, f. eks. handelen med brugte biler, er det i stk. 2 foreslået, at monopoltilsynet kan bestemme, at loven skal finde anvendelse ved salg af brugte varer i nærmere angivet omfang.

Det må forventes, at det også i andre tilfælde vil kunne virke urimeligt byrdefuldt for de erhvervsdrivende at iagttage den obligatoriske prismærkning. Monopoltilsynet vil derfor kunne fritage for bestemmelserne i §§ 1 og 2 i tilfælde, hvor en afvejning af forbrugernes interesse i mærkning på et bestemt område ikke står i rimeligt forhold til de byrder en mærkning vil påføre erhvervslivet. Som andre momenter, der kan motivere en dispensation efter stk. 3, kan eksempelvis nævnes vanskeligheder som følge af, at virksomhedens butiksomsætning kun i ubetydeligt omfang vedrører detailhandel med forbrugere, medens hovedvægten ligger på engros-handel eller handel med andre erhvervsdrivende. Hvor i øvrigt væsentlige interesser taler derfor, kan også som et moment nævnes muligheden for at tage hensyn til den betydning, bestemte varer må antages at have i forbrugerens budget.

Til § 4.

Bestemmelsen vedrørende tjenesteydelser er en parallel til reglerne om varer. Da tjenesteydelser er et ret vidt begreb, som omfatter en række erhverv, der ikke typisk sælger deres ydelser direkte til forbrugeren, er det ikke fundet rimeligt at inddrage dem under bestemmelsen i § 1. Bestemmelsen er derfor formuleret som en bemyndigelse til monopoltilsynet. Adgangen til at fastsætte regler om mængdeangivelse for varer, der indgår i ydelserne, forudsættes at kunne anvendes i tilfælde, hvor „vareindholdet“ i en tjenesteydelse udgør en væsentlig del af ydelsens pris, og hvor det derfor kan være rimeligt at tilstræbe skiltningsregler svarende til dem, der følger af bestemmelserne i de foregående paragrafer. Også i tilfælde, hvor der efter international sædvane finder mængdeangivelse sted med hensyn til „vareindholdet“ som inden for restaurationsbranchen, kan der tænkes at være grundlag for at tage bestemmelsen i anvendelse.

Til § 5.

Det er fundet rimeligt at lade de foregående bestemmelser finde anvendelse også på reklamering eller annoncering over for forbrugeren, forudsat at der i reklamen eller annoncen gives oplysning om prisen for varer eller ydelser. Såfremt det af annon-

cen eller reklamen fremgår, at købesummen kan betales i afdrag, skal reglerne i § 2 iagttages. Dette er skønnet hensigtsmæssigt, idet det herved bliver muligt at komme de annoncer til livs, som alene angiver udbetaling for en vare og derfor ikke giver forbrugeren et rimeligt bedømmelsesgrundlag.

Brugte varer er omfattet af denne bestemmelse, uanset reglen i § 3, stk. 2.

Bestemmelsen omfatter kataloger og lignende, som f. eks. udsendes af postordreforretninger.

Bestemmelsen i stk. 2 tilsigter at gøre det klart for forbrugeren, at de af en fabrikant, importør eller grossist angivne priser, herunder også ved at disse er trykt på emballagen, bortset fra de få tilfælde, hvor der efter monopolloven er meddelt dispensation til håndhævelse af faste bruttopriser, kun kan betragtes som vejledende og derfor vil kunne fraviges i detaljdet.

Det bemærkes, at påbudet om, at det udtrykkeligt skal angives, at prisen er vejledende, ikke nødvendigvis indebærer, at ordet „vejledende“ skal anvendes, når blot det tydeligt fremgår, at der er tale om et prisforslag.

Til § 6.

Den nærmere udformning af prismærkningen vil i praksis give anledning til betydelig tvivl om, hvorledes man skal gå frem f. eks. inden for forskellige brancher, forskellige butikstyper og forskellige former for udbud af varer. Det bestemmes derfor, at monopoltilsynet kan fastsætte nærmere regler om fremgangsmåden.

Til § 7.

Bestemmelsen giver monopoltilsynet mulighed for at fastsætte regler om, at nærmere bestemte varer kun må udbydes til salg i pakninger, som indeholder bestemte kvanta. Det vil således være muligt at bestemme, at f. eks. et nærmere angivet levnedsmiddel kun må udbydes til salg i 4 eller 5 bestemte størrelser, der indbyrdes er let sammenlignelige. Herved lettes forbrugernes mulighed for at foretage meningsfyldte prissammenligninger mellem konkurrerende varer og konkurrerende forretninger.

Regler om klassificering, sortering og lignende tænkes anvendt i tilfælde, hvor varer kutymemæssigt sælges, f. eks. i 1., 2. og 3. sortering, og hvor det derfor er nødvendigt for en korrekt prissammenligning, at varer, som angives at høre til en bestemt sortering, opfylder samme kvalitetskrav.

Formålet med bestemmelsen i stk. 2 om enhedsprismærkning er at forhindre, at forbrugernes orienterings- og vurderingsmuligheder forringes, som det er tilfældet, når der anvendes vanskeligt omregnelige mål- og vægtangivelser. Som følge af reglen i § 1