

[Industriministeren]

forbrugernes anvendelse af de produkter, der er på markedet.

Det er et helt afgørende spørgsmål, om der er behov for en særlig lovgivning på produktsikkerhedsområdet, og ministeriet har derfor inden for de sidste par år søgt at skaffe sig viden herom. Dette er bl.a. sket ved at anmode forbrugerombudsmanden om at varetage administrationen af de inden for Nordisk Ministerråd og OECD etablerede notifikationssystemer om farlige produkter samt at varetage administrationen af EFs Rådsbeslutning om hurtig udveksling af oplysninger om farerne i forbindelse med anvendelse af forbrugsgoder.

Det er i denne forbindelse også pålagt forbrugerombudsmanden nøje at vurdere, om der skulle foreligge tilfælde, hvor der måtte være behov for at gribe ind ud fra en produktsikkerhedsbetragtning, men hvor der ikke enten i speciallovgivningen eller i markedsføringsloven er fornøden hjemmel hertil.

Formen for det nærmere samarbejde mellem forbrugerombudsmanden og specialmyndighederne inden for produktsikkerhedsområdet er blevet fastlagt i slutningen af 1984, og jeg har derfor endnu ikke fået indberetninger om forbrugerombudsmandens erfaringer. Jeg forventer at modtage den første rapport i begyndelsen af april 1985. Jeg kan oplyse, at forbrugerombudsmanden i de indtil nu færdigbehandlede sager ikke har fundet anledning til at gøre opmærksom på, at der mangler fornøden hjemmel til at gribe ind.

Det er rigtigt, at markedsføringsloven ikke indeholder nogen udtrykkelig hjemmel til at aktionere over for markedsføring af produkter eller tjenesteydelser, der ved normal eller påregnelig anvendelse kan frembyde farer for forbrugernes sikkerhed.

Generalklausulen i lovens § 1, der forbyder handlinger i strid med god markedsføringsskik, benyttes imidlertid netop over for sådanne produkter og tjenesteydelser.

Endvidere skal der ifølge markedsføringslovens § 3 ved tilbudsafgivelse, ved indgåelse af aftaler eller efter omstændighederne på leveringstidspunktet gives en forsvarlig vejledning, når denne er af betydning for bedømmelsen af produktets eller ydelsens karakter eller egenskaber, herunder især brugs-egenskaber, holdbarhed, farlighed eller vedligeholdelsesmulighed. På den måde virker markedsføringslovens § 3 som et generelt

supplement til lovgivningen om advarselmærkning m.v., som gælder på bestemte felter.

Langt det største antal sager på produktsikkerhedsområdet afsluttes med en udtalelse om markedsføringslovens anvendelse på det pågældende område samt en henstilling. Henstillingen kan gå ud på at standse salget, ændre produktet, give advarsel om risici eller i øvrigt tilrettelægge markedsføringen således, at påtalte risici undgås.

På visse områder, hvor der er behov for at vejlede et større antal erhvervsdrivende om de krav, der efter forbrugerombudsmandens opfattelse i almindelighed kan stilles til markedsføringen, har forbrugerombudsmanden udarbejdet vejledende retningslinjer.

Endelig orienterer forbrugerombudsmanden offentligt om principielle sager. Disse meddelelser optrykkes i dagspressen og tilgår erhvervs- og forbrugerorganisationer.

Forbrugerombudsmandens tilsyn på produktsikkerhedsområdet har således medført, at markedsføringslovens bestemmelser også på dette felt overholdes.

Forslagsstillerne lægger op til, at en lovgivning skal indeholde en mulighed for at give pålæg om tilbagekaldelse eller andre tilsvarende foranstaltninger. Det er rigtigt, at markedsføringsloven ikke indeholder hjemmel til at pålægge en erhvervsdrivende at trække et produkt tilbage fra markedet og eventuelt foretage udbedring m.v. Endvidere er bestemmelsen i markedsføringslovens § 1 om god markedsføringsskik og § 3 om vejledning ikke straffebagt.

Imidlertid kan forbrugerombudsmanden, såfremt der ikke ved forhandling kan opnås en løsning, i medfør af markedsføringsloven anlægge forbudssag ved domstolene. Endvidere kan forbrugerombudsmanden, når der er øjensynlig fare for, at formålet med et forbud vil forspildes, hvis rettens afgørelse skal afventes, nedlægge et foreløbigt forbud, som efterfølgende skal stadfæstes af domstolene.

Det er derfor min opfattelse, at forbrugerombudsmanden gennem markedsføringsloven kan varetage forbrugernes interesser på produktsikkerhedsområdet.

Som følge af markedsføringslovens generelle karakter har forbrugerombudsmanden et omfattende samarbejde med andre myndigheder, og dette gælder ikke mindst i sager om produkter og tjenesteydelser, der er farli-