

[Agnete Laustsen]

også kan forholde sig til respekten for almene samfundsinteresser i markedsføringen. Her er det dog værd at mærke sig, at det skal ske under den udtrykkelige forudsætning, at han selv skal holde sig inden for rammerne af det, vi kalder god markedsføringsskik og altså ikke må falde for fristelsen til at optræde som smagsdommer.

Forslaget giver i øvrigt Forbrugerombudsmanden en række nye beføjelser. Bl.a. kan han efter anmodning fra de erhvervsdrivende udtale sig om lovligheden af påtænkte markedsføringsforanstaltninger, en ganske udmærket forebyggende regel, som forhåbentlig kan afværge en række overtrædelser. Desuden kan han påvirke de erhvervsdrivende gennem udarbejdelse af retningslinjer for markedsføring på bestemte områder – vi kender det jo i dag bl.a. fra spiritusreklamerne – men fremover vil en overtrædelse af de retningslinjer, som parterne selv har forhandlet på plads, umiddelbart blive betragtet som overtrædelse af reglen om god markedsføringsskik. Det synes jeg må virke afskrækkende.

At forbudet mod tilgift og det generelle forbud mod præmiekonkurrencer i det store og hele bliver ophævet, synes jeg er meget positivt. Af egen erfaring ved jeg, at de bestemmelser har givet anledning til utrolig mange sager, uden at det egentlig har haft nogen større konsekvens eller effekt og ærlig talt til tider har haft en lidt komisk karakter. I øvrigt kan der jo i stedet udarbejdes retningslinjer for området, som det også er anført i loven.

Jeg finder det indlysende, at reglerne om rabat overføres til prismærkningsloven, og det samme er tilfældet for udeladelsen af andre såkaldte systemfremmede regler.

Om lovens sanktionsbestemmelser vil jeg sige, at jeg kan støtte, at det civile retlige sanktionsapparat i højere grad bliver indskrevet i loven, så det klargøres, at et erstatningsansvar også kan gøres gældende på den måde, at Forbrugerombudsmanden kan samle ensartede krav.

Det udvalg, som har forberedt dette lovforslag, har været bredt sammensat og har i fællig kunnet afgive betænkning som udtryk for en fælles vilje til at finde frem til grundlæggende markedsføringssynspunkter. Paragrafferne hænger derfor sammen og afspejler også kompromiser, som vi fra politisk side ikke bør røre

for meget ved. Det vil vi heller ikke gøre fra konservativ side, vi vil tværtimod rose lovforslaget og medvirke til dets hurtige vedtagelse.

(Kort bemærkning).

Sonja Mikkelsen (S):

For opklaringens skyld skal jeg spørge fru Agnete Laustsen, om det er ministerens lovforslag eller lovforslaget, som det fremgår af betænkningen fra det nedsatte udvalg, De Konservative kan støtte, for det er altså to forskellige lovforslag.

(Kort bemærkning).

Agnete Laustsen (KF):

Så vidt jeg ved, er det lovforslag, vi behandler her, blevet udarbejdet af ministeren på baggrund af den udvalgsbetænkning, som er blevet fremlagt, og det er naturligvis ministerens lovforslag, som vi kan tilslutte os fra konservativ side.

(Kort bemærkning).

Sonja Mikkelsen (S):

Fru Agnete Laustsen nævnte i sit indlæg, at der var en vis balance i tingene, og det er jeg enig i. Så vil jeg gerne spørge, om fru Agnete Laustsen er opmærksom på, at den balance ligesom er brudt i det forslag, der er fremsat af ministeren, i forhold til det, der faktisk ligger fra udvalgets side.

(Kort bemærkning).

Agnete Laustsen (KF):

Det må parterne jo hver for sig tage stilling til om de synes det er. Jeg finder, at det er en afvejning af de synspunkter, som fra de forskellige sider er blevet fremført, ministeren her har taget stilling til – naturligvis med den indstilling, som en konservativ minister har til et betækningsforslag. Og derfor synes jeg, at tingene hænger ganske udmærket sammen – med respekt for det, som fra henholdsvis den ene og den anden side er blevet fremført, men naturligvis præget af det, som ministeren er i sin gode ret til at fremlægge for Folketinget, og som jeg har givet udtryk for her at vi kan tilslutte os.

Erik Larsen (V):