

vej, f.eks. mærker for økologiske produkter, fødevarer kvalitet, energiforbrug og genanvendelighed. Regeringen vil arbejde for at samordne disse mærker og herunder arbejde for en koordineret informationsindsats.

Et mærke på et produkt er et signal til forbrugerne om, at varen lever op til visse krav, f.eks. med hensyn til miljø og økologi. Men det er ikke nok i sig selv, og her kan varedeklARATIONER være vigtige. De giver forbrugeren oplysning om, hvad varen indeholder. I den forbindelse skal vi have undersøgt, om vi kan udvikle varedeklARATIONER, som giver den politiske forbruger oplysninger om etiske, sociale og miljømæssige forhold, og også spørgsmål om menneskerettigheder bør inddrages.

Både virksomhederne og forbrugerne har en interesse i, at de oplysninger, som virksomhederne bruger i forbindelse med markedsføringen af et nyt produkt, er de rigtige. Det er virksomhedens opgave at sørge for, at det er de korrekte oplysninger, men i visse situationer kan virksomhederne få brug for en uvildig vurdering af deres produkter. Især når der er tale om teknologisk komplicerede produkter, kan det være nødvendigt, f.eks. hvis der opstår tvivl om forbrugernes sikkerhed og lignende. I den forbindelse kan vi overveje, om det offentlige skal formidle kontakten mellem erhvervslivet og de rette laboratorier og undersøgelsesinstitutioner, der uafhængigt kan teste produkterne for virksomheden. Virksomheden skal naturligvis selv dække udgifterne hertil.

Så til den anden hovedoverskrift: Bedre forbrugerbeskyttelse. Dansk forbrugerpolitik hviler på et sæt af regler, der beskytter den enkelte forbruger. Reglerne er bygget op om hensynet til forbrugerne, som i nogle tilfælde kan indtage en svag position i forhold til virksomhederne. Formålet med reglerne er for det første at sikre forbrugernes økonomiske og juridiske rettigheder og for det andet at sikre, at produkter og tjenesteydelser ikke er til fare for forbrugernes sikkerhed og sundhed. Det er et sundt fundament, som vi skal holde fast i og arbejde videre på.

Ny teknologi og mere aggressiv moderne markedsføring på tværs af grænserne betyder nye udfordringer for forbrugerne og for erhvervslivet. Der kommer hele tiden nye produkter, og der kommer hele tiden nye måder at markedsføre produkterne på. Det stiller skærpede krav til reglerne om forbrugerbeskyttelse.

Forbrugerombudsmanden er en meget central skikkelse, når det gælder om at beskytte forbru-

gernes interesser. Forbrugerombudsmanden fører tilsyn med, at virksomhederne overholder god markedsføringsskik. For at kunne løse sin opgave endnu bedre må Forbrugerombudsmanden have de fornødne beføjelser og ressourcer. I den forbindelse vil regeringen opfordre erhvervslivet til selv at gøre en større indsats for at formulere gode etiske principper og branchekodeks. På den måde undgår vi unødvendig lovgivning. Vi skal ikke have flere regler end højst nødvendigt.

Regeringen foreslår, at i tilfælde, hvor der opnås enighed mellem Forbrugerombudsmanden og en branche om etiske kodekser eller retningslinjer, skal disse gøres til bindende retningslinjer eller bindende kodekser. Det betyder, at hvis de bliver overtrådt, kan Forbrugerombudsmanden gribe ind med et påbud.

På den baggrund vil regeringen overveje at ophæve specialforbudene i markedsføringsloven. Det gælder forbudene mod at give gaver ved salg, mængdebegrænsede køb af varer, fremme af salg gennem rabatkuponer og mærker samt købsbetingede præmiekonkurrencer. For det første er forbudene ikke tidssvarende, og for det andet er lovens almindelige bestemmelser tilstrækkelige til at sikre mod uhensigtsmæssigheder.

Men vi må ikke svække forbrugerbeskyttelsen; det er vigtigt at understrege. Regeringens mål er at styrke forbrugerbeskyttelsen og gøre den mere tidssvarende. Regeringen foreslår derfor, at Forbrugerombudsmanden får bedre mulighed for at føre tilsyn med reglerne om god markedsføringsskik i markedsføringsloven. Forbrugerombudsmanden skal kunne udstede påbud mod markedsføring, som strider mod loven. En sådan mulighed har Forbrugerombudsmanden i dag i betalingskortloven.

Forbrugerklagenævnet har ligeledes stor betydning for forbrugerne. Forbrugerklagenævnet er et sikkerhedsnet for forbrugerne over for forretninger og andre steder, hvor forbrugerne har været på indkøb. Regeringen vil foreslå at tilføre ressourcer til både Forbrugerombudsmanden og Forbrugerklagenævnet.

Men vi er også nødt til at overveje andre og nye måder til at beskytte forbrugerne mere effektivt på. I den situation, hvor en forbruger føler sig snydt af en virksomhed, kan forbrugeren have svært ved at overskue, hvilke muligheder der er, og hvordan man bedst griber sagen an. Giver Forbrugerklagenævnet forbrugeren medhold i en klage, er det heller ikke sik-