

Spm. nr. S 3814

Til erhvervsministeren (12/9 2000) af:

Ole M. Nielsen (KRF):

»Finder ministeren, i forlængelse af svar på spørgsmål nr. S 835, at den nuværende selvjustits i forbindelse med skiltningskravene er tilstrækkelig?«

Begrundelse

Af svaret til spørgsmål nr. S 835 fremgår, at der forudsættes at en vis selvjustits indenfor brancherne, »vågne forbrugere« og offentlig information vil sikre overholdelsen af skiltningskravene.

Svar (27/9 2000)

Erhvervsministeren (Pia Gjellerup):

Som besvarelse af spørgsmålet kan jeg henvise til, at Forbrugerstyrelsen ikke er bekendt med, at politiet har modtaget anmeldelser om overtrædelse af reglerne.

Spm. nr. S 3815

Til erhvervsministeren (12/9 2000) af:

Ole M. Nielsen (KRF):

»Vil ministeren i forlængelse af svar på spørgsmål nr. S 835 redegøre for, om Forbrugerstyrelsen eller en anden myndighed, i højere grad kan sikre overholdelsen af skiltningskravene, eventuelt ved en genindførelse af tilsynspligten?«

Begrundelse

Af svaret til spørgsmål nr. S 835 fremgår det, at administrationen af prismærkningsloven pr. 1. januar 1991 blev overført fra Monopoltilsynet til Forbrugerstyrelsen. Som et led i den daværende regerings afbureaukratiseringsbestrebelse blev bestemmelsen om tilsyn med lovens overholdelse samtidig ophævet. Dette indbefatter, at Forbrugerstyrelsen ved klager henviser klageren til, at forholdet er strafbart og kan anmeldes til politiet.

Svar (27/9 2000)

Erhvervsministeren (Pia Gjellerup):

Det var en fælles henvendelse fra Butikshandelens Fællesråd og Forbrugerrådet, der i 1989 gav anledning til, at reglerne om organiseret rabat blev indføjet i prismærkningsloven. Tilsidesættelse af skiltningspligten kan straffes med bøde, og enhver kan indgive politianmeldelse.

Kravet om skiltning med skjult organiseret rabat er begrundet i, at den form for rabat til bestemte persongrupper tidligere var et væsentligt konkurrenceparameter i detailhandelen samt i en formodning om, at andre måtte betale en højere pris for at kompensere den erhvervsdrivendes tab af avance ved at yde den organiserede rabat. Skiltningspligten i prismærkningslovens § 1, stk. 2, skal derfor sikre, at ikke-medlemmer af sådanne rabatordninger bliver opmærksom på rabatten og kan forsøge at opnå den samme fordel eller undlade at handle i den pågældende butik.

Den udvikling, der er sket inden for detailhandelen igennem de senere år, herunder forretningernes udbredte anvendelse af »loyalitnessprogrammer«, hvor alle kan deltage, bevirker, at skjult organiseret rabat i dag ikke udgør et væsentligt konkurrenceparameter for detailhandelen eller er af væsentlig økonomisk betydning for forbrugerne.

Således vil såvel medlemmer som ikke-medlemmer af skjulte rabatordninger ved at undersøge markedet ofte kunne købe varerne til en billigere eller lige så billig pris hos konkurrerende butikker eller varehuse, der ikke benytter sig af skjult rabat til bestemte grupper.

Endvidere er fremkomsten af forbrugerguides på Internettet, hvor både butikkens navn og varernes pris og egenskaber oplyses, samtidig med at der gives mulighed for at foretage sammenligninger mellem varer af samme art, med til at sikre en øget prisgennemsigtighed til gavn for forbrugerne. Herudover medvirker den prisinformation og de sammenlignende test, som Forbrugerinformationen foretager alene eller i samarbejde med andre, til at styrke prisgennemsigtigheden.

Det er derfor min opfattelse, at forbrugere, der orienterer sig på markedet, har mulighed for at gøre et fordelagtigt køb, uanset om de kan få del i en organiseret rabat eller ej.

De nævnte loyalitnessprogrammer, priskonkurrencen og prisgennemsigtigheden i markedet sammenholdt med regeringens bestrebelse