

[Weikop.]

på det ene og så på det andet område? Mon ikke de, der arbejder i forbrugernes interesser, er ved at komme så langt ud, at fornuftige forbrugere en skønne dag spørger sig selv: behøver vi nu også hele dette barnepigesystem? Mon ikke forbrugerne en dag vil sige: vi kan da både læse og forstå tingene og behøver ikke altid at have dem demonstreret med en pegepind; det er ikke nødvendigt, at staten eller andre bruger penge til at kontrollere det, som vi selv i mange tilfælde er i stand til at kontrollere. Mon ikke forbrugerne siger til sig selv: den handlende, der sælger os noget dårligt eller giver os en gal underretning, skal vi såmænd nok selv tage os af ganske simpelt ved ikke at købe hos ham eller i den virksomhed. Og så kan man vel egentlig sige, at det er sket med ham. Hvilken handlende eller hvilken virksomhed er i øvrigt med den eksisterende konkurrence interesseret i ikke at betjene folk på den bedst mulige måde?

Der anføres såmænd allerede nu i loven om uretmæssig konkurrence så mange ting, der kan skrives ind over for, og man kan nok spørge, om denne lov egentlig bliver brugt, for så ville det måske se noget anderledes ud. Lad mig kun nævne nogle ganske enkelte ting, der er forbudt ifølge loven om uretmæssig konkurrence: urigtig og vildledende angivelse til påvirkning af efterspørgslen er forbudt; urigtig angivelse af varens sammensætning er også forbudt; oplysninger om tilvirkningsforhold og om urigtige prisforhold er ligeledes forbudt; udsalg må kun holdes inden for bestemte terminer; tilgift og rabat er forbudt under visse former; enhedspriser er forbudt; og endelig er også alt, hvad der strider mod redelig forretningsskik, forbudt. Handelsministeren kan bestemme, at varer i detailhandel kun må sælges i bestemte enheder, bestemte mål og bestemt vægt, og handelsministeren kan også bestemme, at en vares sammensætning skal angives. Alt dette har vi bestemmelser om i loven om uretmæssig konkurrence, og det sidste er i øvrigt også noget, som monopoltilsynet beskæftiger sig med, ganske vist i henhold til bestemmelser i en anden lov. Og der er meget mere end dette; jeg har kun nævnt lidt af det her.

I øvrigt er jeg naturligvis enig i, at der

må gælde visse „færdselsregler“ for handel og omsætning, men jeg spørger mig selv: er der ikke snart nok af dem? Er det nu egentlig stærkt påkrævet at få flere? Forbrugerorganisationerne, som den ærede socialdemokratiske ordfører beskæftigede sig så meget med, peger — ligesom den højtærede handelsminister gjorde i sin fremsættelse — på, at konkurrence skal finde sted på grundlag af pris og kvalitet og ikke på grundlag af bortlodning; og det er det, der er tale om her. Men bortlodning er dog reklame, og derfor skulle man egentlig slutte — også den socialdemokratiske ordfører — at forbrugerorganisationerne mener, at reklame er noget uheldigt og noget, som fordyrer varerne. Ja men så kunne man egentlig spørge, hvorfor forbrugernes egen organisation reklamerer med mange ting, f. eks. med noget, der hedder „cirkuskaffe“ eller sådan noget lignende. Hvorfor bruger den en styrtende masse penge på at reklamere for kaffe? Det kan da ikke være med henblik på at forøge produktionen af kaffe her i landet, for kaffeplanten gror som bekendt ikke her, og det er vel heller ikke meningen at animere til et større valutaforbrug. Nej, det er ganske simpelt, fordi forbrugerorganisationernes egen virksomhed er blevet en ganske almindelig handelsvirksomhed, der måske oven i købet bruger sit skatteprivilegium til en reklamekampagne med det formål ganske enkelt og ligetil at hugge kunderne fra andre. Når forbrugernes eget store fordelingsapparat bruger masser af penge til reklameformål, synes jeg, det er noget ejendommeligt fra den kant at tale om, at grundlaget bør være pris og kvalitet og ikke reklame. For der kan da vel egentlig ikke være større forskel på omkostningerne ved at bortlodde et eller andet og omkostningerne ved f. eks. en udstrakt neon- og biografreklame. Mon ikke brugsforeningerne i virkeligheden først og fremmest skulle gå i spidsen og vise, at det drejer sig om at konkurrere på grundlag af pris og kvalitet?

Når dette er sagt, er det åbenbart, som det ærede medlem hr. Anker Lau også var inde på, at det er erhvervene, der altså ikke fordeler varerne, men har til formål ganske enkelt at opnå det størst mulige salg, der betjener sig af reklame. Det er ganske naturligt, og reklamen er jo også anerkendt, for så vidt som staten både støtter reklame-