

## [Handelsministeren.]

at det bør gennemføres. Man har syntes, at når så stærke organisationer ønskede det, var det rimeligt, at det blev stillet til diskussion, og måden at gøre det på er, at et lovforslag fremsættes, og at dette derefter går i udvalg, hvor man kan drøfte det og undersøge, om der er anledning til at fremme sagen. Jeg går ud fra, at vi i udvalget kan få et indtryk af, om der er grund til at arbejde videre med en lovgivning som den her foreslåede.

**Chr. Christiansen:** Det er under denne forhandling nogle gange blevet sagt, at reklame er påkrævet, at reklame er nødvendig, og herimod har jeg ikke udtalt mig. Jeg vil dog gerne sige, at man kan ikke lukke øjnene for, at sådanne reklameformer, som vi har set ikke mindst i de senere år, bortlodning og udlevering af værdikuponer, kan virke på den måde, at de fordyrer de varer, som falbydes til køberne. Der kan også heri ligge en mulighed for at bremse en ellers naturlig nedsættelse af priserne. Man kunne vel føje til: er det nu egentlig en helt loyal konkurrencemetode, sådan som reklamen på visse områder har udviklet sig? Kan resultatet ikke let blive, at man svækker tilliden til en god og oplysende reklame? Det vil jeg dog gerne sige til dem, der synes, at alt, hvad der kan findes på af reklamemetoder, skal tages for gode varer. Man må erindre, at køberen også kan tænke og reagere, og det er vel også det, som gør sig gældende, når forbrugerne sammen med detailhandlerne har rettet henvendelse til ministeriet om, at de ønskede, at der skete noget på disse områder.

Det ærede medlem hr. Weikop sagde en hel masse, men hans tale endte desværre med, at vi senere kunne se på, hvordan det hele kom til at ligge. Man fik egentlig nærmest indtryk af, at det skulle være forbrugerorganisationerne, som alene havde startet hele denne historie. Jeg regner med, at det ærede medlem hr. Weikop ved, hvad formanden for De samvirkende danske Købmandsforeninger sagde for nogle få dage siden. Han fremhævede netop, at et tillæg til konkurrenceloven var nødvendigt af hensyn til de omsiggribende præmie-

konkurrencer og lotterier. Jeg vil gerne have slået fast ved denne forhandling, og det siger jeg særlig til de ærede medlemmer hr. Weikop og hr. Anker Lau, at det er detailhandlerne, købmændene, som har den næreste kontakt med forbrugerne i det daglige, der her møder frem. Det var naturligvis meget rart, hvis man kunne dække over det og sige, at det var forbrugerorganisationerne alene, der havde fremsat disse ønsker, men sådan er det jo ikke.

Det ærede medlem hr. Weikop fandt også, at vi har alt for meget med forbud i denne lov. Må jeg heroverfor spørge: hvem har mon støbt kuglerne til alle de bestemmelser, som efterhånden er kommet til i årenes løb? Er det ikke de samme erhvervs- og forbrugerorganisationer, som står bag ved de her foreslåede ændringer? Det er ikke noget, som tinget har fundet på, men der er kommet ønske derom udefra, og derfor har man gerne, som det ærede medlem egentlig meget træffende sagde, villet indføre nogle færdselsregler for handelen, og det synes jeg egentlig er ganske rigtigt. Naturligvis kan man ikke skjule, at enhver form for reklame går ud på at hugge kunder fra andre. Hvad mening skulle den ellers have? Det er derfor, at man må opstille visse færdselsregler for reklamen, fordi den netop går ud på at hugge kunder fra andre.

Det ærede medlem hr. Baunsgaard spurgte, om man egentlig opnår det, man sigter til, med disse bestemmelser. Det er naturligvis svært at sige, men jeg har et levende indtryk af, at bestemmelserne i årenes løb er blevet tilpasset efter samhandelen eller vareomsætningen, og jeg tror, at sådanne bestemmelser, som vi her forhandler om, sikkert vil kunne gå ind i denne sammenhæng.

Om loven om uretmæssig konkurrence og varebetegnelse skal tages op og gennemrevideres, er naturligvis svært at sige. Jeg finder egentlig ikke, at det er påkrævet i øjeblikket. Om et dømmende råd, som det ærede medlem har fundet frem til, skulle være nogen håndgribelig og god løsning, vil jeg stille mig noget tvivlende over for.

Det ærede medlem hr. Niels Andersen spurgte, hvis sundhed der her var tale om, køberens eller sælgerens. Det er reklame-