

Knud Thomsen, Gunhild Due, A. C. Normann og Antonsen. Henvist til samme udvalg som forslag til konkurrencelov. Beretning (B. sp. 2123) afgivet ¹⁴/₉.

Ved den foreslåede lovændring vil § 4 i lov nr. 180 af 25. maj 1966 om indseende med priser få følgende indhold:

„§ 4. Monopoltilsynet kan efter forhandling med forbrugerorganisationerne og vedkommende erhvervsorganisationer fastsætte regler, hvorefter bestemte varer kun må sælges eller udbydes til salg her i landet

- 1) i nærmere foreskrevne enheder,
- 2) med varens indhold, egenskaber og mængde angivet på varen eller dens emballage.

Stk. 2. Monopoltilsynet kan efter forhandling med de i stk. 1 nævnte organisationer fastsætte regler om udformning og anbringelse af de i stk. 1, nr. 2, omhandlede angivelser.“

Forslaget til lovændringen var fremsat af det *udvalg*, som i januar 1959 nedsattes af handelsministeren *til udarbejdelse af en ny konkurrencelovgivning*, se nærmest foregående sag, og må ses på baggrund af, at den i konkurrencelovens § 16 fastsatte adgang for handelsministeren til at foreskrive *kvantumsmærkning og kvantumsstandardisering* af varer ikke var medtaget i det samtidigt fremsatte forslag til ny konkurrencelov. Et flertal i udvalget havde i stedet foreslået bestemmelsen optaget i prisindseendeloven, samt at bestemmelsen samtidigt udvidedes til at give monopoltilsynet adgang til at foreskrive, at varer mærkes med angivelse af deres *indhold og egenskaber*.

Om formålet med udvidelsen af bestemmelsen var i bemærkningerne til lovforslaget bl. a. anført følgende:

Forslagets bestemmelser om adgangen for monopoltilsynet til at kræve mærkning med angivelse af varens indhold og egenskaber er nye. Man finder, at lovgivningen bør indeholde hjemmel til at foreskrive, at der gives sådanne *relevante oplysninger om varer, at forbrugerne får mulighed for at foretage indkøb på et objektivt grundlag*. Mærkning med angivelse af varens indhold og egenskaber (*varedeklaration*) indebærer ikke nogen standardisering af varerne, men kun, at monopoltilsynet får adgang til at bestemme, at visse forbrugerne relevante oplysninger gives. Hvilke oplysninger det vil være rigtigt at give, beror på de enkelte varers beskaffenhed og un-