

[Gert Petersen.]

kelser — ved at have løjet over for myndighederne, herunder monopoltilsynet, og ved at have ignoreret et påbud fra samme monopoltilsyn i 1972.

Ved udlevering af gratis varer og ved direkte pengestøtte „overtalte“ Margarine-Selskabet detailhandelen til at holde andre mærker ude. Selskabets ulovlige kampagne må have kostet i snesevis af millioner kroner, de er formodentlig betalt af forbrugerne. Det er i og for sig et klassisk eksempel på, hvordan den frie konkurrence sættes ud af spillet.

Jeg vil godt høre, hvad ministeren agter at gøre, hvordan han vil sikre sig, at man ved en ny undersøgelse kommer ned til de guldførende lag og ikke bare bevæger sig i overfladen, og hvilke regler man vil gennemføre for at hindre en gentagelse af det misbrug, som har fundet sted.

Handelsministeren (Erling Jensen):

Jeg tror, jeg kan nøjes med et ganske kort, men forhåbentlig også helt kontant svar på grundlag af oplysninger, jeg har modtaget fra monopoltilsynet.

Straks efter at der i pressen var fremkommet oplysninger om, at tilsynet under forhandlingerne i 1972 om en ændring af margarinebranchens bonussystemer muligvis var blevet forholdt relevante oplysninger, rettede monopoltilsynet henvendelse til Margarine-Selskabet med anmodning om at blive gjort bekendt med de dokumenter, fra hvilke der i pressen var bragt citater.

Tilsynet var i 1972-73 inde i dybtgående undersøgelser af konkurrenceforholdene i margarinebranchen. Dette førte bl. a. til indgreb over for forskellige af branchen praktiserede rabat- og bonussystemer.

På baggrund af de nu fremkomne oplysninger vil der blive iværksat en fornyet undersøgelse i tilsynet af handlingsforløbet under konkurrencekampen på margarine-markedet i 1972-73 og senere.

På denne baggrund finder jeg det rigtigst at vente med at tage stilling til spørgsmålet om behovet for nye lovregler, indtil resultatet af monopoltilsynets undersøgelse foreligger. Men jeg synes, jeg skal tilføje, at visse af de praktiserede konkurrencemetoders videreførelse kan have relation til den nye

markedsføringslov, der træder i kraft nu den 1. maj.

Gert Petersen (SF):

Jeg siger tak for svaret, for så vidt det var et tilsagn om, at man nu vil gennemføre en sådan ny undersøgelse. Men jeg må understrege endnu en gang, at man sidst åbenbart ikke nåede dybt nok, og det rejser spørgsmålet om, hvorvidt monopoltilsynet er i stand til, med de bemyndigelser, det har, med det mandskab, det har, at gennemføre en tilstrækkelig dybtgående undersøgelse. Man skal huske på, at det, der er sket, er, at en medarbejder nu har lagt dokumenter på bordet, som burde have været lagt på bordet for monopoltilsynet ved en tidligere lejlighed, men som firmaet holdt tilbage.

Det rejser også spørgsmålet, om det kan være en konsekvens af den undersøgelse, som ministeren taler om, hvis den bekræfter de dokumenter, som er lagt på bordet — jeg er ikke i tvivl om, at den bekræfter dokumenterne — at de ansvarlige bliver draget til ansvar. Der tales så meget herinde om den offentlige sektor og spild af det ene og spild af det andet. Det kunne jo være, at det også var galt fat visse steder i det private erhvervsliv. Det er store beløb, det her drejer sig om, som forbrugerne kommer til at betale, fordi et firma ønsker at erobre markedet, sådan som det her er sket.

Handelsministeren (Erling Jensen):

Ja, kun ganske kort. Jeg går ud fra, at hr. Gert Petersen er enig med mig i, at hvad vi videre skal foretage os, må afhænge af resultatet af den undersøgelse, der nu går i gang.

Tandrup Jensen (FP):

Det er da helt klart for mig, at motiveringen til dette spørgsmål af hr. Gert Petersen er affødt af, at det er et multinationalt selskabs forretningsmetoder over for et nationalt selskab, men desværre finder de samme metoder jo også anvendelse imellem danske firmaer indbyrdes. For mig at se er det et anliggende, som sorterer under monopoltilsynet.

I relation hertil har det forbavset mig utallige gange, at monopoltilsynet efter indgående forhandlinger og gennemgang af kalkulationer finder nogle få øres forhøjelse