

[Industriministeren]

Overtrædelse af §§ 2 og 11 i markedsføringsloven straffes med bøde, jf. lovens § 19, stk. 3.

Ifølge § 15, stk. 1, i markedsføringsloven fører forbrugerombudsmanden tilsyn med, at der ikke sker overtrædelse af god markedsføringsetik eller af lovens øvrige bestemmelser eller af bestemmelser fastsat af industriministeren i medfør af loven.

Forbrugerombudsmanden skal efter markedsføringslovens § 15, stk. 2, på eget initiativ eller på grundlag af klager eller henvendelser fra andre ved forhandling søge at påvirke de erhvervsdrivende til at virke i overensstemmelse med loven og de af industriministeren i medfør af loven fastsatte bestemmelser.

Ved overtrædelse af markedsføringslovens § 2 kan forbrugerombudsmanden enten anlægge en borgerlig sag om forbud mod den anvendte fremgangsmåde, jf. § 16 i markedsføringsloven, eller anmode anklagemyndigheden om at rejse tiltale i sagen med påstand om idømmelse af bødestraf. Er der tale om overtrædelse af § 11 i markedsføringsloven, kan forbrugerombudsmanden ikke rejse en forbudssag, men er henvist til at foranledige strafforfølgning.

I øvrigt fremgår det af bestemmelsen i § 2, stk. 1, i Industriministeriets bekendtgørelse om regler for forbrugerombudsmandens virksomhed, at forbrugerombudsmanden særligt skal føre tilsyn med markedsføringen på områder, hvor overtrædelser af markedsføringsloven kan forudses ofte at forekomme, eller hvor sådanne kan være til særlig skade for forbrugerne, samt hvor der er tale om markedsføringsforanstaltninger af stor praktisk betydning.

Det følger af denne bestemmelse i bekendtgørelsen, jf. § 16 i markedsføringsloven, at forbrugerombudsmanden selv afgør, hvilke sager han ønsker at tage op til behandling, og hvilke retssager han ønsker at rejse. Forbrugerombudsmandens afgørelse herom beror således efter de nævnte bestemmelser på en skønsmæssigt præget vurdering i hvert enkelt tilfælde. I øvrigt kan forbrugerombudsmandens afgørelser efter markedsføringsloven ikke indbringes for anden administrativ myndighed, jf. lovens § 18, stk. 2.

Som følge af forhandlingsprincippet i markedsføringslovens § 15, stk. 2, skal forbrugerombudsmanden først og fremmest ved forhandling søge at påvirke de erhvervsdrivende til at handle i overensstemmelse med markeds-

føringsloven og de i henhold til loven udstedte bekendtgørelser. I almindelighed vil der kun blive tale om tiltalerejsning ved gentagne overtrædelser af loven.

I den sag, der danner grundlag for det rejste folketingsspørgsmål, har den erhvervsdrivende efter forbrugerombudsmandens henvendelse bekræftet, at man fremover vil undlade at anvende vildledende angivelser med hensyn til oprindelsesland ved salg af beklædningsgenstande.

Forbrugerombudsmanden fandt herefter ikke anledning til i det pågældende tilfælde at anmode anklagemyndigheden om tiltalerejsning for den allerede skete overtrædelse af markedsføringsloven.«

Jeg kan henholde mig til denne udtalelse.

Spm. nr. S 351

Til *sundhedsministeren* (17/12 87) af:

Pia Kjærsgaard (FP):

»Agter ministeren at følge læge og Venstre-folketingsmedlem Jørgen Winthers forslag i Ekstra Bladet den 15. december 1987 om en registrering af AIDS-positive?«

Begrundelse

Spørgsmålet er stillet, fordi et medlem af Venstres folketingsgruppe nu offentligt erkender, at regeringens holdning ikke at ville indføre kontrol og registrering af AIDS-tilfælde er totalt forfejlet.

Jørgen Winther er blot én af mange fremtrædende læger, som nu anbefaler en registrering, og det er meningsløst og vildledende at foregøgle befolkningen, at AIDS er en sygdom som enhver anden. Spørgeren mener, at registrering er et uundværligt middel, når en sygdoms forekomst og epidemiologi skal klarlægges. Folketinget bliver alligevel for eller senere nødt til at ændre holdning, således at denne dødelige sygdom ikke skal brede sig som en steppebrand.

Der henvises til Fremskridtspartiets lovforslag, behandlet i folketingssalen senest den 27. november 1987, om ændring af lov om bekæmpelse af kønssygdomme.

Svar (7/1 88):

Sundhedsministeren (Agnete Laustsen):