

[Michael Kock]

den samme, som ligger til grund for, at andre erhvervsdrivende ønsker at afholde præmiekonkurrencer.

Spørgeren vil derfor gerne have en begrundelse for, at TV 2 må krydre sin markedsføring med præmiekonkurrencer, når andre erhvervsdrivende ikke må.

Svar (2/12 91):

**Industriministeren (Anne Birgitte Lundholt):**

Forbrugerombudsmanden har siden markedsføringslovens ikrafttræden i 1975 anlagt den fortolkning, at Danmarks Radio var en offentlig virksomhed, der ikke kunne sidestilles med en privat virksomhed på grund af monopolstillingen på radio- og tv-området. Danmarks Radio var derfor ikke omfattet af lovens forbud mod præmier og konkurrencer i § 8.

Som følge af udviklingen inden for radio- og tv-spredning med oprettelsen af et landsdækkende TV 2, lokale radio- og tv-stationer, modtagelse af programmer via satellitter og fremføring af kabel-tv anlagde Forbrugerombudsmanden i 1990 en ny fortolkning af markedsføringslovens § 8.

I august 1990 informerede Forbrugerombudsmanden Danmarks Radio, TV 2 og de lokale radio- og tv-stationer om, at der nu var sket en sådan kommercialisering af radio- og tv-programvirksomhed, at markedsføringslovens forbudsbestemmelse efter hans opfattelse nu fandt anvendelse på denne virksomhed.

Markedsføringsloven indeholder dog en undtagelsesbestemmelse i § 8, stk. 2, der tillader fordeling af gevinster ved præmiekonkurrencer, når de indgår som led i et periodisk skrift.

Radio- og tv-stationerne har gjort gældende, at de mener, at de elektroniske medier er at sidestille med traditionelle, papirbaserede medier, og at markedsføringsloven ikke kan have tilsigtet at skabe ulige konkurrencevilkår for forskellige typer af kommercielle medier.

Det er imidlertid Forbrugerombudsmandens opfattelse, at der hverken i forarbejderne til markedsføringsloven eller i øvrigt findes grundlag for at lade undtagelsen omfatte de elektroniske medier.

Forbrugerombudsmanden har valgt at tilrettelægge sin virksomhed således, at hans indsats først rettes mod en uomtvistelig kommerciel tv-station for derved gennem en retssag at

få afklaret, om programvirksomhed er undtaget fra forbudet i stk. 1.

Forbrugerombudsmanden har således i januar 1991 påtalt en præmiekonkurrence, der blev foranstaltet af en lokal tv-station. Da stationen herefter fortsatte lodtrækningerne, blev politiet anmodet om at iværksætte en efterforskning. Denne er for nylig afsluttet, og i løbet af meget kort tid forventes anklagemyndigheden at rejse tiltale ved Sø- og Handelsretten.

Det er i øvrigt min opfattelse, som jeg også for nylig gav udtryk for under folketingsbehandlingen af Fremskridtspartiets forslag til ophævelse af forbudsbestemmelserne i markedsføringsloven, at det ikke længere er tidsvarende at opretholde forbudet mod præmiekonkurrencer.

Denne opfattelse bekræftes af, at der i dag er en stigende tendens til at anvende præmiekonkurrencer, og at såvel erhvervslivet som forbrugerne ofte opfatter konkurrencer som helt naturlige.

Jeg mener klart, at det ikke er hensigtsmæssigt at have et forbud, som er ude af trit med befolkningens ønsker.

Jeg håber derfor fortsat, at der kan vise sig et flertal for en ophævelse af forbudsbestemmelserne i §§ 6-8a i markedsføringsloven.

**Spm. nr. S 197**

Til *udenrigsministeren* (20/11 91) af:

**Michael Kock (FP):**

»Finder udenrigsministeren det acceptabelt, at ulandsbevillingen anvendes til udvalgsrejser?«

**Begrundelse**

Fremskridtspartiet finder det umoralsk, at et udvalg vil rejse for de penge, som skatteyderne giver til ulandsbistand. I øvrigt finder Fremskridtspartiet, at en rejse til 400.000 kr. er fråds med skatteyderkroner.

Svar (2/12 91):

**Udenrigsministeren (Ellemann-Jensen):**

Den samlede danske ulandsbistand forudses i den kommende 5-års-periode (1992-96) at vil- le beløbe sig til over 45 milliarder kroner.

Det er efter min opfattelse af stor betydning, at de folketingsudvalg, der beskæftiger sig med