

[Svend Heiselberg]

næsten grotesk, at man efter den nye lov forbyder rabatter og værdikuponer i aviser, ugeblade eller andre tryksager, mens man gerne må udlevere kuponer i butikkerne. Man må altså ikke trykke en værdikupon i en avis, men man må gerne gå hen i en kiosk og købe en avis og få udleveret en værdikupon samtidig.

Det ligesom mange andre spørgsmål og eksempler viser, hvilket uføre man begiver sig ud i, når man følger den vej mod mere formynderi, detailregulering og planøkonomi, som en socialdemokratisk domineret regering anviser.

Må jeg afslutningsvis sige to ting: For det første vil jeg understrege, at Venstre naturligvis ikke løber fra fortidens gerninger. Jeg vil ikke lægge skjul på, at vi i 1992 var med til at fremsætte et forslag, som indeholdt en række restriktioner, også flere, end vi egentlig brød os om. Men som bekendt var vi dengang medlem af en mindretalsregering.

Det andet, jeg gerne vil understrege, er, at hvis man endelig ønskede den restriktive vej – hvad vi altså ikke gør – skal jeg da ikke underkende, at der også er enkelte lyspunkter i regeringens forslag, f.eks. muligheder for forhåndsgodkendelser fra Forbrugerombudsmanden.

Men lad mig til slut understrege, at med hensyn til de to forslag, vi drøfter i dag, og som jo er væsentligt mere restriktive end det forslag, som vi havde medansvar for i 1992, ønsker vi i Venstre at gå den modsatte vej af den, regeringen nu betræder. Venstre ønsker at følge den vej, der fører mod mindre statsdirigering og mere frihed. Derfor må vi afvise de to lovforslag.

Rahbæk Møller (SF):

Da vores ordfører, hr. Tommy Dinesen, ikke kan være til stede, skal jeg på hans vegne oplyse følgende:

Lovforslag nr. L 211 afløser den gældende markedsføringslov fra 1974. Det må vel siges, at det er udmærket at få loven ajourført, også selv om loven hviler på gennemprøvede og velkendte principper, som ikke ønskes radikalt ændret hverken af erhvervslivet, forbrugerorganisationerne eller myndighederne.

Lovforslaget peger specielt på, at der er et behov for øget forbrugerbeskyttelse og en modernisering af loven. Det kan vi kun være enige i. Der er løbet meget vand i åen i de 20 år, der er gået.

Den borgerlige regering havde fremsat et lovforslag om markedsføring, som imidlertid ikke lagde op til øget forbrugerbeskyttelse, hvilket ikke kan forbavse nogen. Forslaget er især ude efter visse former for rabatkuponer, som har været stærkt kritiserede, især i dagblade, kuponhæfter, tilbudsaviser m.v. Her tænkes især på den type, hvor kunderne skal aflevere en udklippet kupon fra en tilbudsavis for at opnå en given rabat.

Straffen for overtrædelser vil blive skærpet i form af større bøder, simpelt hen fordi niveauet er for lavt. Forbrugerombudsmandens muligheder styrkes med henblik på at kunne gribe ind i sager, f.eks. ved forhandling med de berørte organisationer. Dette bliver nu lovfæstet.

I loven er der en passus om, at en ansat ikke må viderebringe oplysninger om erhvervshemmeligheder, hvis pågældende skifter arbejdsplads. Hemmelighedsfristen er på tre år, hvilket må anses for rimeligt.

Sammenlagt kan jeg sige, at SF vil støtte lovforslaget, men vi vil naturligvis under udvalgsarbejdet nøje følge med i de indkomne henvendelser til udvalget fra de berørte organisationer.

Hvad angår lovforslag nr. L 212, er formålet med loven at skærpe kravene til, hvorledes der skal skiltes med organiseret rabat, da de gældende regler ikke har haft den tilsigtede virkning. Ifølge gældende regler skal de handlende, hvis de yder organiseret rabat til medlemmer af foreninger, organisationer el.lign., skilte hermed. Som noget nyt skal der også skiltes med, hvilke grupper der får rabatter eller andre fordele samt størrelsen heraf. Ligeledes får Forbrugerstyrelsen bemyndigelse til at forhandle med organisationerne med henblik på at fastsætte regler om skiltningens indhold og udformning.

Lovforslaget går noget videre, end det hidtil er set, og det må ud fra et forbrugerpolitisk synspunkt hilses med tilfredshed. Alle kender eksempler på, at nogle, f.eks. fagforeninger og lign., ved at benytte bestemte butikker får rabatter, som almindelige kunder ikke får. Dette får nu forhåbentlig et skud for boven. En aktuel sag er bankernes forskellige gebyrer i lånesager, hvor der klart gøres forskel på kunderne, og udvalget har allerede fået de første henvendelser med indsigelser. Det er i første omgang Finanstilsynet, der ikke ønsker den store genomsigtighed, og det forstår man jo godt.