

eventuelt tilfældighedens præg i håndhævelsen fjernes.

Svar (11/11 94)

Erhvervsministeren (Mimi Jakobsen): Siden lovens ikrafttræden har Forbrugerombudsmanden modtaget to skriftlige klager om overtrædelse af den nye markedsføringslovs § 8, stk. 1. Den ene klager var anonym, og det var en forbruger, som klagede i den anden sag.

Herudover har Forbrugerombudsmanden siden lovens vedtagelse afgivet forhåndsudtalelser vedrørende forståelse af den nye markedsføringslovs § 8, stk. 1, i 16 sager. Bestemmelsen har også været omtalt i andre sager, uden at dette er registreret særskilt. Endelig har der været en del telefoniske henvendelser om bestemmelsen. Antallet af telefoniske henvendelser er ikke nærmere registreret.

Den nye markedsføringslov trådte i kraft den 1. oktober 1994. Den 23. september 1994 udsendte Forbrugerombudsmanden til relevante erhvervs- og interesseorganisationer en skrivelse indeholdende en omtale af de nye regler i markedsføringsloven. Skrivelsen var vedlagt tre pjecer om de nye bestemmelser i markedsføringsloven og om prismærkningsloven. En af pjecerne indeholdt en omtale af bestemmelsen om rabatkuponer i § 8.

Beskrivelsen af de nye regler og vejledningerne skulle i forbindelse med lovens ikrafttræden skabe klarhed for virksomhederne og danne grundlag for markedsføring i overensstemmelse med de nye regler. Kopi af skrivelsen med den nye pjec »Mængdebegrænsning og Rabat« vedlægges. (Ikke optrykt her).

Spm. nr. S 164

Til erhvervsministeren (3/11 94) af:

Gitte Seeberg (KF):

»Vil ministeren oplyse, hvor ofte virksomheder har gjort Forbrugerombudsmanden opmærksom på brud på markedsføringslovens § 8?«

Begrundelse

Der henvises til begrundelsen for spørgsmål nr. S 163.

(Besvaret sammen med spm. nr. S 163).

Spm. nr. S 165

Til erhvervsministeren (3/11 94) af:

Gitte Seeberg (KF):

»Vil ministeren oplyse, hvor ofte brancheorganisationer har gjort Forbrugerombudsmanden opmærksom på brud på markedsføringslovens § 8?«

Begrundelse

Der henvises til begrundelsen for spørgsmål nr. S 163.

(Besvaret sammen med spm. nr. S 163).

Spm. nr. S 166

Til erhvervsministeren (3/11 94) af:

Gitte Seeberg (KF):

»Vil ministeren oplyse, i hvilken udstrækning virksomheder lovligt kan udstede rabatmærker med en pålydende værdi, der er mindre end den rabat, som forbrugeren opnår ved benyttelse af varerabatten?«

Begrundelse

Der henvises til begrundelsen for spørgsmål nr. S 163.

Svar (11/11 94)

Erhvervsministeren (Mimi Jakobsen):

Jeg har anmodet Forbrugerombudsmanden om en udtalelse. Han har oplyst følgende:

»Det forudsættes ved besvarelsen, at de omtalte rabatmærker er mærker, som omhandlet i lovens § 8, stk. 2, der stilles til rådighed ved køb af en vare eller ved udførelse af en arbejds- og tjenesteydelse.

Ifølge § 8, stk. 2, kan erhvervsdrivende ved salg af en vare eller ved udførelse af en arbejds- og tjenesteydelse give rabat eller anden ydelse i form af mærker, kuponer eller lignende til senere indløsning, såfremt hvert enkelt mærke på tydelig måde er forsynet med udstederens navn