

ger indirekte, fordi en populær rabatform ikke længere er lovlig. Et sådant forbud er et langt betydeligere indgreb i de handlendes dispositionsfrihed, end hensynet til den ikkeårvågne forbruger kan retfærdiggøre. Varerne vil jo fortsat have en skiltet udsalgspris, som den ikkeårvågne forbruger frit kan forholde sig til.

Erhvervsministeren (Mimi Jakobsen):

Til dette må jeg sige: Det mener jeg ikke det er. Forretningerne kan fortsat sælge til den pris, de har lyst til. Der er fortsat adgang til at yde gode tilbud og iværksætte udsalg, og der er også fortsat mulighed for at give organiseret rabat. Det skal bare ikke være en hemmelighed, hvem der får den.

Endelig er der jo altså kun tale om et forbud mod visse rabatkuponer, nemlig de kuponer, der stilles til rådighed forud for et køb. Der er således stadig adgang til at anvende de traditionelle mærker, som udleveres ved eller følger med køb, f.eks. kuponer påtrykt emballagen. Reglerne for disse kuponer er en videreførelse af de regler, som har været gældende siden 1975.

Gitte Seeberg (KF):

Det er jeg enig i. Man har bare strammet lidt op på reglerne med den lov, der trådte i kraft her pr. 1. oktober.

Jeg mener også, at markedsføringsloven på mange måder er hensigtsmæssig, men jeg mener, at det forbud eller det, man pålægger de handlende, er meget vidtgående. Loven bliver overtrådt konstant og hele tiden. Man kan i stort set alle forretninger finde ulovlige kuponer, når man køber shampoo, køber benzin, eller hvad man nu køber. Og det, der forekommer urimeligt, er, at det faktisk kun er dem, der overholder loven, som bliver straffet.

Hvad agter ministeren at gøre ved det?

Flemming Hansen (KF):

Det er en opfølgning af fru Gitte Seebergs spørgsmål, for vi har jo diskuteret denne lov nogle gange, kan man roligt sige. Sidste gang vi diskuterede den, påviste jeg, at man fra Rådhuspladsen og ned til det morsomme center over for Tivoli otte steder kunne gå ind og få rabatkuponer. Gør ministeren noget ved det? Eller siger ministeren bare, at vi har altså sådan en lov, og er så i øvrigt ligeglad med, hvad der sker med den?

Altså gør ministeren noget aktivt? Beder ministeren justitsministeren om at gøre noget via

politiet? Eller er vi helt på herrens mark i den forstand, at virksomhederne gør, som de vil, og ministeren nærmest er ligeglad.

Erhvervsministeren (Mimi Jakobsen):

Jeg er aldrig ligeglad med noget som helst. Ministeren følger udviklingen, og i øvrigt er det jo Forbrugerombudsmanden, der følger den slags ting.

Jeg er ikke uenig i beskrivelsen. Jeg er udmærket klar over, at det her forbud ikke er et af dem, der bliver håndhævet til daglig, og derfor må vi selvfølgelig kigge udviklingen efter i kortene og se, hvad sker der på området. Men giv det nu lidt tid.

Hermed sluttede spørgsmålet.

Spm. nr. S 364

11) Til erhvervsministeren af:

Gitte Seeberg (KF):

»Finder ministeren det hensigtsmæssigt, at dagligvarebutikker kan risikere, at et parti tilbudsvarer beregnet på den samlede kundekreds købes op af én kunde?«

Skriftlig begrundelse

Forbudet mod at begrænse antallet af solgte varer til en enkelt kunde, markedsføringslovens § 7, kan have den effekt, at et parti tilbudsvarer købes op med videresalg for øje. Det forekommer ikke fair over for den gruppe af forbrugere, som partiet var tiltænkt.

Erhvervsministeren (Mimi Jakobsen):

Det bliver fastslået i markedsføringslovens § 7, at en detailvirksomhed ikke må fastsætte noget loft for, hvor stort et antal enheder den enkelte kunde må købe af en vare. Der er tale om et forbud mod mængdebegrænsning, og bestemmelsen er i øvrigt en videreførelse af den samme bestemmelse i den tidligere markedsføringslov. Forbudet blev i december 1991 indført efter et ønske fra handels- og forbrugerorganisationerne i Danmark, altså De Samvirkende Købmandsforeninger, Handelskammeret, Foreningen af Dagligvaregrossister og Forbrugerrådet.

Skal jeg give en yderligere begrundelse for ikke at have forbudet, må jeg citere hr. Flem-