

virksomhederne, som sikrer, at konkurrencen sker på fair vilkår.

Svend Erik Hovmand (V):

Erhvervsministerens forslag om ændring af markedsføringsloven er efter vores opfattelse et forslag, som vi ikke har brug for lige nu. Indholdet, som det ligger her, kan vi ikke tilslutte os, og timingen i forhold til den problemstilling, som foreligger, synes vi er dårlig. Jeg skal komme ind på hvorfor.

Vi synes naturligvis, at det er underligt at stå her i dag med et forslag i hånden fra en erhvervsminister, som flere gange tidligere har været fremme med helt andre tanker. Lad mig eksempelvis nævne, at erhvervsministeren i april måned 1997, den 29. helt nøjagtig, fremlagde en forbrugerpolitisk strategi, hvor det på side 8 fremgår, og nu citerer jeg:

»For at skærpe konkurrencen mellem de erhvervsdrivende og anvende ressourcerne bedre hos Forbrugerombudsmanden vil regeringen foreslå at ophæve specialforbudene i markedsføringsloven. Det gælder forbudene mod at give gaver ved salg, mængdebegrænsninger ved køb af varer, fremme af salg gennem rabatkuponer og -mærker samt købsbetingede præmiekonkurrencer.«

Hvad er det, ministeren her siger? Han siger, at han vil komme med en ændring af markedsføringsloven, som liberaliserer den yderligere. Det synes vi jo lød meget godt. Og hvad ser vi så nu? At disse liberaliseringstanke helt er væk; de er fjernet.

Hvad er der egentlig foregået i den socialdemokratiske gruppe i perioden fra 29. april sidste år og til i dag? Jeg ser stift på den socialdemokratiske ordfører, fru Sonja Mikkelsen, og gentager mit spørgsmål: Hvad er det, der er foregået? Er det sådan, at ministeren er blevet tvunget af fru Sonja Mikkelsen og andre i den socialdemokratiske gruppe til totalt at ændre holdning på det her område? Ja, jeg spørger kun.

Men bortset fra den sag, som jo ikke er den væsentlige, vil jeg gerne sige, at efter vores opfattelse er det helt afgørende i denne sag spørgsmålet om Forbrugerombudsmandens indflydelse og retssikkerheden. I virkeligheden taler vi her om at give Forbrugerombudsmanden så meget magt, at han ikke engang selv bryder sig om det. Det fremgår jo tydeligt af høringssvarene. At give Forbrugerombudsmanden magt og indflydelse, som om det var en stat

i staten, er efter vores opfattelse at gå alt for vidt. Retssikkerheden for producenter og for andre går fløjten, og det vil vi ikke gå med til.

Så er der en række andre mindre ting. Jeg skal kun hæfte mig ved spørgsmålet om garantier, og det relaterer jeg til mine indledende bemærkninger. Vi drøfter i øjeblikket i EU-sammenhænge spørgsmålet om garantiregler, vi har haft diskussionen i Europaudvalget, vi ved, at der i øjeblikket foregår forhandlinger i Kommissionen og i Ministerrådet. På den baggrund synes jeg, at det virker som en forkert timing, at vi i Danmark nu skulle fastlægge nogle særlige principper på det her område, før vi kunne resultatet i resten af Europa.

Når jeg siger det på den måde, er det, fordi jeg har den grundlæggende holdning, at det er fantastisk vigtigt, at vi som et lille land er orienteret imod de europæiske principper, både når det drejer sig om konkurrencelovgivning, og når det drejer sig om sådan noget som det her. Taler vi Internet, taler vi postordresalg osv., så ved vi, at det betyder kolossal meget, at vi har sådan nogenlunde samme regler på den ene og den anden side af en grænse.

Derfor synes jeg, at man skulle stikke piben ind med det her forslag. Tøv en kende. Se, hvad der sker omkring Internettet; der er jo også noget arbejde i gang her. Se, hvad der sker omkring garantiordningerne i EU, og find så i øvrigt nogle andre formuleringer på hele området omkring Forbrugerombudsmanden.

(Kort bemærkning).

Sonja Mikkelsen (S):

Det var hr. Svend Erik Hovmand, der var ualmindelig nysgerrig efter at høre, hvad der var foregået i den socialdemokratiske folketingsgruppe. Det kan jeg da godt forstå. Der foregår altid mange spændende ting i den socialdemokratiske folketingsgruppe.

Hr. Svend Erik Hovmand citerede fra den besvarelse, som ministeren gav på forespørgslen den 30. april 1997, men hr. Svend Erik Hovmand glemte at læse videre i besvarelsen fra ministeren på daværende tidspunkt. Ministeren understregede klart i sin besvarelse dengang, at det, der var helt afgørende for, at markedsføringsloven kunne komme til at virke mere effektiv, var, at man styrkede Forbrugerombudsmandens indgrebsmuligheder. Det er det, lovforslaget her faktisk klart afspejler: at en styrkelse af Forbrugerombudsmanden er en