

stoppe markedsføring omgående uden forudgående domstolsprøvelse, kan være stærkt betænkelig i visse situationer. Og da det derudover præciseres, at en virksomhed, som har fået stoppet sin markedsføringskampagne uberettiget, kun kan få erstatning, hvis virksomheden kan bevise, at der er handlet culpøst fra Forbrugerombudsmandens side, må man sige, at en sådan type retsstilling med så store administrative beføjelser og så store administrative indgrebsmuligheder samlet hos et enkelt menneske ikke hører hjemme i et retssamfund.

Men ikke nok med at Forbrugerombudsmanden selv tager afstand fra det, også ministeren har jo klart taget afstand fra det i det nyeste nummer af bladet Reklame, som udkom for kun to dage siden. På baggrund af den eksisterende lovs langt mindre indgrebsmuligheder siger erhvervsministeren her: »Jeg viger tilbage for myndighedsafgørelser i den type sager.« Det er erhvervsminister Jan Trøjborg, der er citeret.

Samtidig med disse udtalelser fremsætter den selv samme minister lovforslag, der giver endnu større muligheder for myndighedsafgørelser i nøjagtig den type sager. Ærligt talt, det tyder ikke meget på nogen koordination mellem hverken tanker, udtalelser eller handlinger fra erhvervsministeren. Det lykkes at have alle standpunkter på en gang og fremsætte lovforslag, som man samtidig tager udtrykkelig afstand fra i de fagmedier, hvor man ved, hvad det drejer sig om, og kan gennemskue konsekvensen af forslaget.

Jeg havde mange flere bemærkninger til det, men taletiden er ved at være gået, så jeg vil afslutte med at sige, at det er sjældent, at et lovforslag er så tyndbenet og så forkert, som det her er. De par positive elementer, det indeholder, er langt fra nok til at opveje alle ulemperne. Samlet set mener vi, ministerens forslag er både forbrugerpolitisk og retssikkerhedsmæssigt stærkt betænkeligt og udtryk for tilbageskridt i begge henseender. Så ikke nok med, at vi stemmer nej til det, vi vil faktisk også advare mod, at man gennemfører det.

Jørn Jespersen (SF):

Dette forslag om at ændre markedsføringsloven og det efterfølgende forslag om oprettelse af et Center for Forbrugerinformation er jo den første opfølgning fra ministerens side på den forbrugerpolitiske forespørgselsdebat, som SF rejste sidste forår.

Vi er glade for, at der nu kommer en opfølgning, og vi er glade for, at intentionerne i de to forslag for os at se går i den rigtige retning, og at der tegner sig muligheder for at styrke forbrugerpolitikken.

Det konkrete forslag, som er til behandling her, drejer sig for det første om at styrke forbrugergarantierne ved at sikre et oplysningskrav. Det synes vi er en god og rigtig tanke. Hvad er en forbrugergaranti værd, hvis forbrugeren ikke kender den, og hvis forbrugeren ikke ved, hvordan man bringer den i anvendelse? Derfor er det selvfølgelig indlysende rigtigt at sige, at når en erhvervsdrivende ønsker at markedsføre sig ved hjælp af garantier, der ligger ud over lovgivningen i øvrigt, så er det selvfølgelig meget rimeligt at stille krav om, at de bliver oplyst på en ordentlig og hæderlig måde, sådan at forbrugeren ved, hvad det er, man får med i købet, og så forbrugeren ved, hvordan man kan bringe garantierne til anvendelse.

Vi synes også, det er helt rimeligt, at man som forbruger kan bede om at få garantien skriftligt, så den del af forslaget er vi ubetinget positive over for.

Vi synes også, det er rigtigt at styrke Forbrugerombudsmandens indgrebsmuligheder, når der eksisterer bindende og tiltrådte retningslinjer for forskellige virksomheders og branchers markedsføring. I de sager, hvor der har været – dem har der været en lang række af – uenighed om, hvordan retningslinjer skulle fortolkes og administreres, da har det jo været sådan, at uenigheden har betydet, at det var forbrugerne, der i en ganske lang periode blev ladt i stikken, fordi det var virksomhederne, der kunne fortsætte med deres forskellige markedsføringsaktiviteter, indtil sagen havde fundet sin endelige afgørelse. Der mener vi ud fra et forbrugerpolitisk synspunkt, at det må være rigtigt, at tvivlen i de her tilfælde kommer forbrugerne til gode, sådan at det er forbrugerhensynet, der er gældende, indtil sagen måtte være endeligt afgjort.

Der er blevet talt meget om retssikkerhedsmæssige problemer. Vi er ikke blevet overbevist af nogen af de argumenter, der er blevet ført i marken, hverken her eller i høringssvarene. Hvis ikke de bliver forbedret og styrket, mener vi ikke, at der er grund til at rette sig efter de indvendinger. Det er klart, at når der bliver nævnt retssikkerhedsmæssige problemer, er det altid en overvejelse værd at høre, hvad der lig-