

Markedsføring bliver meget mere aggressiv, kommer meget stærkere ud, gør et meget stærkere indtryk, end vi nogen sinde har set det før.

Derfor er der behov for at prøve grænserne af, og disse grænser og retspraksis fastsættes jo så ofte, efter at retssystemet har udtalt sig, efter at domstolene har udtalt sig om konkrete sager. Men hvis vi ikke har en institution, der kan prøve grænserne af, så får vi ikke den dynamik i markedsføringsloven, som er tilsigtet.

Derfor vil jeg gerne have mig frabedt, at det skal tages som udtryk for en eksamination af Forbrugerombudsmandens konkrete afgørelse i konkrete sager, når jeg siger, at der er brug for at prøve grænser af. Der er brug for det ikke mindst i en situation, hvor vi har så aggressiv markedsføring; men jeg vil ikke forpligte mig til at være enig i hver eneste konkrete afgørelse, som Forbrugerombudsmanden træffer.

Så det der vel dækker sig under ordførertalen, som sådan på overfladen skal forstås som værende forbrugervenlig fra fru Pernille Sams' side, er vel i virkeligheden en dyb skepsis over for overhovedet at skulle have noget, der er på forbrugernes side; om vi ikke blot trygt kan overlade det til de frie markeds kræfter at bestemme aggressivitet i markedsføring og bestemme vilkår for salg. Det er jeg meget bekymret for.

Jeg er imidlertid glad for de mange ordførere, der har udtrykt ægte positiv interesse for forbrugers interesser. Det er min helt faste overbevisning, at et godt og seriøst drevet erhvervs- liv bestemmer har en interesse i, at der er forbrugerpolitisk interesse om markedsføring, og også har en interesse i, at der er en aktiv forbrugerpolitisk indsats, og at der er en dynamisk forbrugerbeskyttelse i form af en dynamisk markedsføringslov.

Det er i virkeligheden i de seriøse virksomheders interesse, at der kan sættes ind mod – hvad skal man sige – virksomheder, der måske bevæger sig lidt på kanten i forhold til markedsføringsloven, og som konkurrerer lidt på bekostning af andre virksomheder. Derfor er der behov for, at der er ganske stærke midler til rådighed for Forbrugerombudsmanden.

Det, som det her forslag lægger op til, er jo netop at styrke Forbrugerombudsmandens muligheder for at indgå bindende retningslinjer, styrke Forbrugerombudsmandens muligheder for at håndhæve markedsføringsloven og princippet om god markedsføringsskik. Det er

hele udgangspunktet for det foreliggende lovforslag.

Så er det rigtigt, at Forbrugerombudsmanden har udtrykt, at Forbrugerombudsmanden er bekymret over nr. 4 i lovforslaget: Er det nu så let at indgå bindende aftaler, hvis man får muligheden for at bygge oven på det eksisterende system med, at disse aftalte retningslinjer efter aftale skal være bindende. Forbrugerombudsmanden er lidt bekymret for, at det skulle forhindre muligheden for at indgå sådanne bindende aftaler.

Jeg mener imidlertid, at det er vigtigt, at aftaler, der indgås, også er aftaler, der kan stoles på. Og dér mener jeg ikke mindst, at det er af betydning for de brancher og de virksomheder, der indgår sådanne aftaler, og ikke mindst for de virksomheder, der tilhører en sådan branche, at man kan have en sikkerhed for, at reglerne også gælder for virksomheder, der ikke er tilsluttet de pågældende brancheorganisationer, at man altså indgår aftaler, og at det er meningen, at disse aftaler skal overholdes.

Hvis man skulle komme i en situation, hvor man ikke længere er tilfreds med en aftale, kan man naturligvis opsigte en sådan aftale fra brancheorganisationernes side. Det ligger helt klart, at den mulighed foreligger. Ikke desto mindre mener jeg, det er rigtigt at udstyre Forbrugerombudsmanden med det stærkere instrument, at han kan påbyde en overholdelse af retningslinjer. Det mener jeg er helt afgørende vigtigt, hvis vi vil styrke forbrugernes stilling, og hvis vi vil styrke de seriøse virksomheders muligheder for at agere i et ordentligt konkurrenceklima.

Jeg skal sige til fru Ulla Solvang, at det er klart, at denne styrkelse af Forbrugerombudsmandens handlingsmuligheder selvfølgelig betyder, at Forbrugerombudsmanden skal være særdeles omhyggelig med, hvorledes Forbrugerombudsmanden administrerer disse ganske vidtgående magtmidler, Forbrugerombudsmanden kommer i besiddelse af. Det kræver ganske meget jugement fra Forbrugerombudsmandens side både at afprøve grænser, være forbrugernes sikkerhedsgaranti for en seriøs og rimelig markedsføring og samtidig have et jugement, således at man ikke overdriver de magtbeføjelser, som man er udstyret med.

Det er en ganske krævende position, som Forbrugerombudsmanden har, og den styrkelse, der lægges op til, vil selvfølgelig stille store krav til Forbrugerombudsmandens fingerspids-