

i lovgivningen, og så blev han sat på plads og måtte tage et andet standpunkt. Jeg har også lagt mærke til, at i den sag, som fru Pernille Sams rejser – jeg har selv med stor interesse læst det blad fra reklamebranchen, der er blevet omdelt – giver ministeren udtryk for nogle synspunkter, som er diametralt modsat den lovgivning, han nu har lagt frem.

Derfor er mit spørgsmål, om de venlige bemærkninger, som ministeren kom med til hr. Hindrup Andersen, er et udtryk for, at ministeren vil gennemtvinge denne lovgivning med en enkelt stemmes flertal. Vil ministeren bruge det spinklest mulige flertal og venstrefløjens yderfløj for at gennemføre denne lov?

(Kort bemærkning).

Bent Hindrup Andersen (EL):

Det er så spørgsmålet hvilken stemme. Det er jo en solid stemme, for Enhedslisten ved man, hvor man har. Jeg må ikke stille spørgsmål til partiet Venstre i denne forbindelse, men jeg synes, det er en lov, der bærer fremtiden i sig.

Ministerens udsagn om at se på spørgsmålet om Forbrugerombudsmandens uafhængighed gennem f.eks. åremålsansættelser ser vi som en imødekommelse. Vi er helt enige i, at vi skal sikre en uafhængighed for Forbrugerombudsmanden, og vi mener, der må ske andre ting.

Det ene spørgsmål, som jeg savner svar på fra ministeren, er spørgsmålet om ressourcer. Under den borgerlige regering blev der jo sat en nedskæring i værk. Jeg vil gerne høre, om det ikke er rigtigt, at årsværket for forbrugerombudsmandsinstitutionen igennem de sidste ti år er blevet halveret og i dag udgør 13 årsværk. Hvis man i dag snakker om at styrke forbrugerombudsmandsinstitutionen, må der vel også være en vilje fra regeringens side til at styrke ressourcesiden. Efter vores opfattelse bør man faktisk indhente den nedskæring, der er sket, og vi vil gerne være med til at finde pengene, men jeg hørte ikke ministerens holdning til spørgsmålet om ressourcer.

(Kort bemærkning).

Jørn Jespersen (SF):

Der er et enkelt af de elementer, som ikke er med i ministerens udspil i dag, og som jeg godt lige vil spørge til. Det drejer sig om de organiserede rabatter, der tit har været inde i diskussionen om markedsføringslov og prismærkningslov osv.

I SF mener vi faktisk, det er et problem, at det i stadig stigende omfang ses, at man markedsfører sig på alle mulige former for foreninger, som yder organiseret rabat. Det betyder jo, at gennemsigtigheden på markedet bliver mindre, det bliver sværere for forbrugeren at vælge mellem forskellige forretninger og produkter, og det betyder, at man helt konkret har en masse besvær med at holde styr på alle mulige forskellige plastic kort, der giver adgang til den ene og den anden rabat. Endelig betyder det en mulighed for at forfølge uskyldige forbrugere med alle mulige tilbud om andre former for varer og tjenesteydelser.

Derfor ville jeg godt høre, om ministeren i forbindelse med denne ændring af markedsføringsloven er indstillet på i det mindste at sætte et eller andet udredningsarbejde i gang, som belyser mulighederne for at skabe gennemsigtighed og fair konkurrence også med hensyn til de organiserede rabatter.

Erhvervsministeren (Jan Trøjborg):

Til hr. Svend Erik Hovmand vil jeg blot konstatere, Venstre ved man, hvor man har: Imod bedre forbrugerbeskyttelse. Venstre har været entydigt imod hver gang, vi har foreslået noget som helst, der forbedrer forbrugernes stilling i samfundet og stiller krav til erhvervslivet om at følge god markedsføringsetik. Om Venstre ved man, at de altid er ensidigt imod.

Jeg er naturligvis meget glad for, at fru Pernille Sams læser mine overvejelser og alle mine artikler så grundigt, som tilfældet er. Jeg skal da gerne citere fra tidsskriftet Reklame, side 7, 2. spalte, sidste afsnit. Det er angående spørgsmålet om, hvorvidt et konkret indgreb i en konkret sag var for vidtgående. Her siger jeg helt konkret:

»Ja, det var nok lovlig vidtrækkende. Men det er vigtigt med en åbenhjertig debat. Vi skal ikke overgive os til enhver vanvittig idé uden at tage til genmæle. Især ikke nu, hvor konkurrencen i branchen bliver hårdere og hårdere og formen mere outreret. Vi må debattere det, men det er selvfølgelig noget andet end en myndighedsafgørelse.«

Jeg ville være skeptisk over for at træffe konkrete myndighedsafgørelser i specifikke situationer, hvor man kan sige, at der er tale om, hvad man kan kalde den frie kunstneriske udfoldelse også inden for reklamebranchen. Men det, der er vigtigt at understrege, og som jeg også prøvede at understrege i mit svar til fru Ulla