

7. Skema over lovforslagets konsekvenser

Vurdering af konsekvenser for lovforslag

	Positive konsekvenser/mindredgifter (hvis ja, angiv omfang)	Negative konsekvenser/merudgifter (hvis ja, angiv omfang)
Økonomiske konsekvenser for stat, kommuner og amtskommuner	Neutral	Neutral
Administrative konsekvenser for stat, kommuner og amtskommuner	Ingen	Ingen
Økonomiske konsekvenser for erhvervslivet	Forslaget kan bidrage til en mere kvalitetsbetonet efterspørgsel, øget gennemsigtighed og bidrage til en forbedret konkurrenceevne.	Ingen
Miljømæssige konsekvenser	Forslaget kan indirekte bidrage til et mere miljørigtigt forbrug.	Ingen
Administrative konsekvenser for borgerne	Ingen	Ingen
Forholdet til EU-retten	Ingen	Ingen

Bemærkninger til lovforslagets enkelte bestemmelser

Til § 1

Bestemmelsen fastlægger Forbrugerinformationens vigtigste formål og status som en offentlig institution.

Det er et grundlæggende krav til forbrugeroplysning, at den ikke er påvirket af bestemte økonomiske, erhvervmæssige eller politiske interesser. Derfor oprettes et særligt forvaltningssubjekt i form af en selvvejende institution, der ledes af et repræsentantskab og en bestyrelse, jf. lovforslagets § 2. Denne organisationsform er beskrevet nærmere i »Fonde med offentlig interesse«, Finansministeriet sept. 1998, side 22 ff.

Forbrugerne kan ikke have fuld tillid til forbrugeroplysning, som er under indflydelse af særinteresser, det være sig politiske eller økonomiske.

Idealet for forbrugerinformation er, at grundlaget for den er værdineutralt, og dermed overlader det til den enkelte forbruger at træffe sit valg på grundlag af fuldstændige og relevante oplysninger.

Dette er præciseret i stk. 1, ved udtrykket »uvildig«.

Forbrugerinformation kan ved siden af formidlingen af informationen videregive forbrugerpolitiske holdninger fra fx Forbrugerrådet, når Forbrugerrådet står som tydelig afsender heraf.

I stk. 2 er angivet, hvilke midler Forbrugerinformation skal anvende, og det fremhæves, at dens oplysningsvirksomhed skal være markedsrettet. Dvs., at

oplysningsindsatsen skal rettes mod en styrkelse af forbrugernes aktive markedsunderstøttende og markedsudviklende rolle og herigennem medvirke til opretholdelse af et gennemsigtigt og velfungerende marked, der udvikler sig til gavn for forbrugere, samfund og erhvervsliv inden for miljømæssigt forsvarlige rammer.

Til § 2

Erhvervsministeren fastsætter midlertidige vedtægter, som konstituerer Forbrugerinformation. Af disse vedtægter fremgår, hvilke organisationer og ministerier der skal indgå i Forbrugerinformationens repræsentantskab, jf. § 8, stk. 3.

Det er hensigten, at repræsentantskabet skal bestå af i alt 33 medlemmer samt en formand og sammensættes bredt med medlemmer fra organisationer med interesse i forbrugeroplysning samt en række ministerier med forbrugeroplysningsopgaver, fx Erhvervsministeriet, Sundhedsministeriet, Miljø- og Energiministeriet og Fødevareministeriet. Denne sammensætning er valgt for at give Forbrugerinformation den bedst mulige betingelser for at kunne yde forbrugerne en samlet, styrket og koordineret forbrugerinformationsindsats.

Grupperne, som medlemmerne af repræsentantskabet udvælges fra, er sammensat som følger: