

re stillet, når reklamerne anvendes til markedsføring.

Svend Erik Hovmand (V):

Må jeg allerførst henvende mig til den socialdemokratiske ordfører, som netop havde en fin debut, og sige på Venstres vegne, at vi faktisk følger de synspunkter, som han gav udtryk for, et meget langt stykke ad vejen.

Vi synes faktisk, at her er tale om et lovforslag, som stort set lever op til de intentioner, vi måtte have på det her område. Det er jo sådan, at vi er medlem af det indre marked, og derfor skal vi have samme regler på begge sider af grænsen. Hvis vi skal reklamere, og hvis vi skal orientere om de regler, der gælder for forbrugerne, så kan vi ikke i denne internettidsalder have forskellige regler i de enkelte lande, så må vi sådan i det store og hele følge hinanden.

Derfor hilser vi ministerens forslag velkommen. Vi synes, at det her forslag vil være velegnet til udvalgsarbejde. Der kan være detaljer, absolut, men princippet i det kan vi tilslutte os.

Pernille Sams (KF):

Jeg kan give en forholdsvis hurtig og uproblematisk tilslutning til det her forslag fra Det Konservative Folkepartis side.

Det er en gennemførelse af EU's direktiv om sammenlignende reklame, og det vil jo ikke ændre voldsomt på de danske regler, men vil gøre denne form for reklame lovlig i alle EU's medlemslande. Det kan vi kun tilslutte os.

Den del af forslaget, der vedrører Rejsegarantifondens krav, altså muligheden for at slette rejsearrangører, som ikke efterkommer Rejsegarantifondens krav om forhøjet garantistillelse, var jo forudsat allerede, da vi i 1997 vedtog loven om Rejsegarantifonden.

Det er så åbenbart faldet ud i forbindelse med lovens formulering, men for mange af os var det i hvert fald en klar forudsætning for at tilslutte os loven, og jeg synes, at det både er en nødvendig og en ønskelig opstramning. Så det er da godt, at den kommer med nu bedre sent end aldrig. I hvert fald er vi positive over for det her lovforslag.

Christine Antorini (SF):

Jamen så kan vi jo fortsætte i SF i denne her positive gænge. Vi kan også støtte lovforslaget og har noteret os, at harmoniseringen ikke vil medføre væsentlige ændringer i forhold til den danske retsstilling, samtidig med at det også

med forslaget vil være muligt at gennemføre mere vidtgående regler om vildledning i forhold til vildledningsdirektivet, som er et minimumsdirektiv.

Vi har af gode grunde heller ikke nogen bemærkninger til den tekniske ændring, der sker i forhold til Rejsegarantifonden. Så vi er positive.

Egil Møller (DF):

For at skabe de bedste muligheder for varer og tjenesteydelsers fri bevægelighed inden for EU-området, må der være ens reklameregler, herunder også ens regler for sammenlignende reklamer og særtilbud. Det ser vi i Dansk Folkeparti positivt på.

Til gengæld ønsker vi i Dansk Folkeparti, at der ved tidsfastsættelsen for indhentelse af oplysninger til Forbrugerombudsmanden gives virksomhederne en rimelig frist.

Ændringsforslaget i § 15, stk. 3, første punkt, om forbrugerombudsmandens ansættelsesvilkår opfordrer vi regeringen til at udskille fra selve lovforslaget.

Den lovtekniske fejl, der skete i forbindelse med fastsættelsen af reglerne for Rejsegarantifonden, gøres nu god igen, således at Fonden får mulighed for at slette en rejsearrangør, der efter påkrav ikke stiller forhøjet sikkerhed. Vi kan støtte lovforslaget.

Sonja Albrink (CD):

Da tidligere ordførere har gennemgået lovforslaget og intentionerne, skal jeg blot på CD's vegne tilkendegive over for ministeren, at vi er positive over for forslaget og vil medvirke til en positiv udvalgsbehandling.

Morten Helveg Petersen (RV):

Også i Det Radikale Venstre er vi positive over for lovforslaget. Vi finder det fornuftigt at styrke forbrugernes stilling i de tilfælde, hvor der anvendes sammenlignende reklame. Gennemsigthed i reklame vil være vigtigt, for at forbrugere kan gennemskue markedet for forskellige typer produkter. Dermed sikres forbrugerne mulighed for at foretage reelle valg.

Vi er også positive over for hensigten med at styrke konkurrencen på det indre marked ved at fastsætte ensartede regler for, på hvilke betingelser sammenlignende reklame skal foregå, og hvilke betingelser man skal opfylde. Dermed tages der endnu et lille skridt i retning af at få det indre marked til at fungere. Også præcise-