

bedrer forbrugernes rettigheder, og vi er indstillede på en hurtig og velvillig behandling.

Eva Kjer Hansen (V):

Som udgangspunkt er vi naturligvis positivt indstillede over for at få gennemført de forskellige EU-regler i dansk lovgivning.

Efter Venstres opfattelse er det vigtigt at få nogle fælles regler om fjernsalg, dels for at sikre erhvervslivet så lige vilkår som overhovedet muligt og dels – og især – for at sikre forbrugerne nogle bestemte rettigheder og en beskyttelse i forbindelse med en aftale gennem fjernkommunikation.

Men der er mange områder i dette lovkompleks, som vi må se nærmere på under udvalgsbehandlingen. Det er f.eks. ikke en særlig pæn formulering, når der står, at direktivet indeholder flere bestemmelser, hvis nærmere forståelse kan give anledning til en vis tvivl. Endvidere synes direktivet på en række punkter ikke fuldt ud at være samordnet med regler om samme spørgsmål i andre direktiver på beslægtede områder, men jeg går naturligvis ud fra, at ministeren har sikret sig, at der ikke i den danske lovgivning bliver anledning til nogen tvivl i forhold til andre love på beslægtede områder med vedtagelsen af dette lovforslag.

De mange fortolkninger, afvigelser og ændringer, der ligger i lovforslaget i forhold til gældende dansk ret, kræver naturligvis en tilbundsgående gennemgang under udvalgsbehandlingen. Jeg synes, det er vigtigt, at der i relation til andre lovforslag, specielt lovforslag nr. L 147 og lovforslag nr. L 3, sker et parallelt forløb, så vi kan være sikre på, at der er overensstemmelse mellem det, der følger af de forskellige lovforslag.

Med hensyn til anvendelsen af fjernkommunikation til markedsføring vil jeg gerne spørge ministeren om den såkaldte opt in-løsning:

Hvorfor vælger ministeren at lovgive om denne ordning for elektronisk post, når det direkte fremgår af lovforslagets bemærkninger, at en række erhvervsorganisationer og Forbrugerrådet har drøftet en frivillig ordning? Hvorfor kunne ministeren ikke bruge det resultat, man i den kreds er nået frem til? Jeg synes da, det har været et meget positivt arbejde, der har været sat i værk. Og hvad er det for en usikkerhed om datadirektivet, som skulle kunne klarlægges? Hvorfor kan man ikke fjerne den usikkerhed,

der måtte være, gennem en frivillig ordning? Og hvad er det, der bliver ændret i forhold til datadirektivet, ved, at man nu laver lovgivning på området?

Jeg forstår simpelt hen ikke, hvorfor man ikke har kunnet gøre brug af det arbejde, der er foregået med hensyn til at finde en frivillig løsning.

Så vil det også være interessant at høre, hvorfor ministeren har lagt sig fast på, at netop CPR-registret skal bruges til registreringen af, hvem der frabeder sig direkte markedsføring.

Jeg vil altså gerne kende begrundelserne for det i forhold til de alternative muligheder, der måtte have været overvejet. Det er selvfølgelig en forbedring, der er sket i det endelige lovforslag, at det nu er CPR, der skal sørge for opdatering af listen, og jeg går ud fra, at hyppigheden er begrundet i de ændringer i registreringsreglerne, som man kender til, men der er fortsat usikkerhed om, hvad det her betyder af udgifter for virksomhederne.

Endelig vil jeg også lige gøre en bemærkning om fortrydelsesretten: At argumentere med, at en 14-dages-regel er lettere for forbrugere og erhvervsdrivende, forekommer mig at være en lidt tynd begrundelse for at forlænge den ud over det, der er kravet i direktivet, og jeg synes, vi også må have den konsekvens belyst for at få afdækket, hvorfor det lige netop skal være 14 dage.

Så der er en række elementer i lovforslaget, som kræver en grundig udvalgsbehandling, men det er klart, at vi gerne ser, at vi får implementeret de forskellige EU-regler på fornuftig vis.

(Kort bemærkning).

Anne Baastrup (SF):

Jeg kan forstå, at fru Eva Kjer Hansen som forbruger er interesseret i at få e-mails i spamformat, eller hvad det er, fru Eva Kjer Hansen ønsker, når man skal beskytte forbrugerne mod at blive overdænget af e-mails. Vi oplever det jo selv som politikere nu. Man kan simpelt hen ikke åbne sin skærm, uden at man skal bruge en halv time på få smidt de der spams væk. Hvordan vil fru Eva Kjer Hansen sikre, at de erhvervsdrivende, som ønsker at lave fornuftig reklame, kan komme igennem med deres mails, samtidig med at man som forbruger i øvrigt kan slippe for alt det pjat?