

Anvendelse af vildledende og urigtige salgsfremmede udtryk er forbudt ifølge markedsføringsloven, og denne lovs overholdelse fører Forbrugerombudsmanden tilsyn med.

Vi er ikke enige i, at prisfusk skal løses gennem en håndfast regulering i prismærkningsloven. De forhold, der peges på, er allerede reguleret i markedsføringsloven, nemlig ved at de faktiske forhold omkring priser skal kunne dokumenteres.

Ministeren har meget grundigt givet en redegørelse for, hvordan både redegørelsen og Forbrugerombudsmandens vejledning kan administreres i praksis. Det vil jeg ikke yderligere kommentere, men vi mener i Socialdemokratiet, at det ville føre til meget mere bøvl, hvis vi fulgte forslaget. Hvem skulle i givet fald føre tilsyn? Der føres ikke i dag tilsyn med prismærkningsloven.

Vi synes, markedsføringsloven giver de rammer, der er brug for, og i paragrafferne om god markedsføringsskik og om vildledningsforbudet fastsættes rammerne for erhvervslivets markedsføring.

Vi mener hermed, at vi som forbrugere er tilstrækkeligt dækket ind med den nuværende lovgivning. Selv om vi er så enige i, at vi skal have en forbrugeroplysning, der er så reel som overhovedet mulig, så mener vi ikke, at vi kommer videre ad den vej, vi gerne vil gå, ved at følge dette forslag, så vi kan ikke anbefale det.

#### **Svend Erik Hovmand (V):**

Hvem går ikke ind for en god, en sund og en hæderlig og redelig forbrugeroplysning? I Venstre gør vi i hvert fald. Vi synes, det er utrolig vigtigt, at forbrugerne får en ordentlig information, og vi har altid været talsmænd for en ordentlig forbrugeroplysning.

På det her område, som vi nu diskuterer, synes vi imidlertid, at man er gået for vidt, fordi man her foreslår en række ting, som i et vist omfang allerede eksisterer, markedsføringsloven, Forbrugerombudsmanden, og som derudover vil være utrolig svære at kontrollere.

Jeg synes, at eksemplet, som nævnes i bemærkningerne til beslutningsforslaget, taler for sig selv. Det vil være en meget, meget svær opgave, hvis man skulle gå ud og kontrollere det her, og så er der i øvrigt også noget, der hedder markedskræfter i dette land. Det er måske til syvende og sidst den bedste reguleringsmekanisme, vi overhovedet har.

Så med disse bemærkninger vil jeg afvise forslaget.

#### **Tom Behnke (KF):**

Da vores ordfører, fru Pernille Sams, er til møde et andet sted i huset, har jeg lovet på hendes vegne at fremføre følgende:

Dette forslag er med al respekt helt ude i hampen, som det hedder på nydansk. De to linjer, der præsenterer forslagens idé, er sympatiske nok for en overfladisk betragtning at være, men når man så læser forslagens bemærkninger, tyder det på, at uanset hvad der eventuelt måtte komme af konkret udmøntning af de to første linjer, vil det være helt uspiseligt i virkelighedens verden.

Man åbner i forslagens bemærkninger for helt ukontrollable prismærkningsregler og helt utrolig omfattende og administrativt tunge og tidskrævende foranstaltninger, regler, der vil kræve et uforholdsmæssigt stort tidsforbrug i detailhandelen, som slet ikke står mål med den gevinst, der opnås, og som ikke vil kunne håndhæves, uden at politiet eller andre myndigheder mangedobles.

Så vi står af og stemmer nej. Det Konservative Folkeparti tror ganske simpelt ikke på, at der kan laves et fornuftigt forslag, som kan bruges i praksis ud fra de opstillede retningslinjer fra SF's side.

#### **Svend Aage Fauherholdt (DF):**

Da vores ordfører på området, hr. Egil Møller, ikke kan være til stede, skal jeg fremføre følgende:

Dansk Folkeparti kan følge SF i intentionerne om, at forbrugerne sikres reel forbrugerinformation.

Den gældende lovgivning på området findes bl.a. i markedsføringsloven, jf. bekendtgørelse af lov om markedsføring nr. 699 af 17. juli 2000. Her bestemmes i § 2, at de handlende ikke må anvende urigtige, vildledende eller urimeligt mangelfulde angivelser ved bl.a. udbud af varer.

Såfremt denne bekendtgørelses bestemmelse overholdes, er det ikke nødvendigt med yderligere opstramning af loven. Det er således alene overholdelse af gældende bestemmelser, der vil sikre forbrugerne reel forbrugerinformation.

I øvrigt ville SF's beslutningsforslag medføre, at f.eks. tøjbutikker og skobutikker skulle ændre prismærkningen på alle sine varegrupper, hver gang forretningerne vil ændre prisen. Det ville være uoverskueligt både for den pågældende