

forretning at prismærke og for den enkelte forbruger at følge med i disse prisændringer.

Set gennem Dansk Folkepartis briller er det herefter alene et spørgsmål, hvordan man håndhæver loven. Dansk Folkeparti kan ikke støtte beslutningsforslaget.

Morten Helveg Petersen (RV):

Fair og gennemskuelige priser er til gavn for alle, både erhvervsdrivende og forbrugere, og jeg vil medgive forslagsstillerne, at det som forbruger somme tider kan være endog særdeles svært at gennemskue priser ved udsalg, særlige kampagner m.m., men efter Det Radikale Venstres opfattelse er der ikke nogen grund til at opfinde den dybe tallerken to gange, når det rent faktisk forholder sig sådan, at den eksisterende markedsføringslov tager højde for de forhold, som forslagsstillerne påpeger.

Markedsføringsloven forbyder i forvejen urigtige, vildledende eller urimeligt mangelfuld angivelse af priser i markedsføringen. Forbrugernes garant mod vildledende priser er Forbrugerombudsmanden, som fører tilsyn med, at erhvervsdrivende overholder lovens krav. Forbrugerombudsmanden har i en vejledning fra december 1997 præciseret, at handlende bør kunne dokumentere, at normalprisen har været gældende i en længere periode.

Markedsføringsloven giver altså Forbrugerombudsmanden det fornødne værktøj til at gribe ind over for vildledende priser, og det ville være u hensigtsmæssigt med alt for stramme regler, således som forslagsstillerne mener. Derfor finder Det Radikale Venstre, at de gældende regler er gode nok, og vi kan derfor ikke støtte forslaget.

Børge Klit Johansen (KRF):

Intentionerne bag det her forslag ser vi meget positivt på. Det er uacceptabelt, at forbrugere bliver ført bag lyset med vildledende oplysninger. De eksempler, der er nævnt i bemærkningerne til forslaget fra Tænk & Test, er jo efter vores opfattelse ikke alene uacceptable, de er faktisk lovstridige, og man kan med de redskaber, vi har i dag, gribe ind over for den her vildledende oplysning. Om det ændres væsentligt, ved at man så siger 6 måneder i stedet for 5, ved jeg ikke. Inden for visse brancher går udviklingen stærkt.

Intentionen med forslaget er godt, for det er svært at huske, hvad der er normalpris, og hvad der ikke er normalpris, men vi synes alligevel, at

det bliver bureaukratisk, og det bliver mærkningsmæssigt uoverskueligt, hvis man i hvert fald inden for visse brancher skal følge de udsving, der kan være i priserne på en vare over en periode.

Spørgsmålet er, om man har brug for det i dag, om det, man har brug for, i virkeligheden ikke er mere bevidste forbrugere, end det er flere regler. Jeg ved, at hr. Ole Sohn og hans parti også har været med til at arbejde på at bevidstgøre forbrugere på det her område. Og jeg mener, at forbrugeroplysning, herunder oplysning om, hvor man kan finde sammenlignelige priser på nettet og andre steder, er en god måde at gøre det på. Oplysninger som dem, der er bragt i Tænk & Test og i forskellige forbrugerprogrammer på tv, er jo med til at sætte fokus på det her, så vi som forbrugere ved, at vi altså skal passe på, fordi der er nogle, der vil snyde os, ikke mindst til jul, og så er det ikke julegaver, vi får.

Den fg. formand (Inge Dahl-Sørensen):

Ordføreren for forslagsstillerne, hr. Ole Sohn.

Ole Sohn (SF):

Jeg synes, det har været nogle interessante kommentarer, der er kommet fra både fra regeringen og fra partiernes ordførere, og hvis man ser bort fra Venstre og Konservative, som mente, at markedskræfterne var de bedste til at varetage forbrugernes interesser, så synes jeg, at der blandt de øvrige ordførere var en forbløffende forståelse for problemets omfang, og for at der er nogle reelle problemer, men at måske ikke lige det konkrete forslag om at stramme og ændre prismærkningsloven er det rette instrument. Jeg skal ikke kunne sige, om det er de vises sten, vi har fundet.

Men i og med at der er en almindelig anerkendelse af, at vi har et problem, gør, at jeg synes, man også bør gøre noget ved det. Det er korrekt, at vi har markedsføringsloven, og vi har i markedsføringsloven Forbrugerombudsmandens vejledning til, hvordan forholdene skal være. Men så må der jo være et problem et eller andet sted, i og med at der gang på gang kan komme eksempler på, at forretninger eller butikker fuser med priserne. Når det kan lade sig gøre, må det jo skyldes, at der ikke er ressourcer nok hos Forbrugerombudsmanden til at varetage forbrugernes interesser.

Det er jo derfor, vi forestillede os, at man måske kunne lægge det ind under prismærkningsloven. Men så får man at vide, at det ikke er godt