

man var 16 år, eller når man var 18 år, så det synes jeg også kunne være relevant at få belyst.

Dansk Folkeparti kan ikke umiddelbart se nogen grund til at ophæve de hidtil gældende specialforbud. Vi mener ikke, der er tungtvæjende argumenter for denne ændring. Vi tror ikke, at forbrugerne og de små erhvervsdrivende er tjent med denne ændring. Det er snarere de store butikker, der vil markedsføre sig via rabatkuponer og løfter om ekstra gaver til forbrugerne, hvis de køber et specielt produkt.

En fjernelse af specialforbuddene vil således ikke gavne forbrugerne, men vil sandsynligvis gøre området mindre overskueligt, og de ekstra omkostninger, der er forbundet med denne ændring, vil uundgåelig blive ført tilbage til forbrugerne, og det er ikke hensigtsmæssigt.

Argumentet har gået på, at EU vil lovgive på området og dermed tvinge Danmark til at fjerne specialforbuddene, men da Europa-Kommissionen har meldt ud, at der ikke er opbakning i EU til at gennemføre en sådan ændring, er det argument ikke længere holdbart. Så kunne man også sige, at EU ikke skulle blande sig i alt mellem himmel og jord.

Angående gebyrerne, som nu kommer med i loven, er det lidt ærgerligt, at bankerne ikke er omfattet. Det er jo her, det største problem med gebyrstigninger ligger. Der burde også være en definition af, hvad et gebyr egentlig er, så erhvervslivet klart kan forholde sig til lovgivningen. Men overordnet set er det selvfølgelig positivt, at gebyrerne nu bliver løftet op i loven.

Jeg stiller mig dog som tidligere nævnt uforstående over for, at denne nye markedsføringslov absolut skal komme nu, da det hele formentlig, som Socialdemokraterne også var inde på, om et års tid skal tages op igen på grund af et EF-direktiv. Og igen: Kan EU ikke holde fingere væk?

Jeg har ikke hørt Forbrugerrådet efterlyse en ny markedsføringslov. Jeg har heller ikke hørt erhvervslivet efterlyse en ny markedsføringslov. Faktisk forstår jeg ikke, at regeringen har fremsat dette lovforslag, men sådan er der jo så meget.

Dansk Folkeparti vil dog trods alt gå positivt ind i udvalgsarbejdet, dog er det ikke Dansk Folkepartis opfattelse, at det er nødvendigt med den nye lovgivning. Der er små forbedringer i lovforslaget, men da der også er visse forringelser, er det ikke givet, at Dansk Folkeparti lader sig overtale til en ny markedsføringslov. Der er

som sagt et par punkter, vi skal have klarhed over.

#### Formanden:

Så er det hr. Per Ørum Jørgensen som ordfører.

#### Per Ørum Jørgensen (KF):

Dette forslag til en ny markedsføringslov følger vi Konservative er en tiltrængt opdatering af de gældende regler på området. De grundlæggende bestemmelser om god markedsføringsskik og vildledning er bibeholdt, og ved at prismærkningsreglerne lægges ind under markedsføringsloven sikres der større overskuelighed på området og bedre indgrebsmuligheder for Forbrug ombudsmanden.

KL 21.00

Når man læser høringssvar og resultatet af Markedsføringsudvalgets betænkning, bliver man hurtig klar over, at der er mange interesser involveret på området, også mange modstridende interesser.

Vi Konservative finder, at dette lovforslag rummer en god balance, så der tages hensyn både til forbrugerne, erhvervslivet og konkurrenceevnen.

Markedsføring herhjemme har jo ændret sig markant i de seneste år, heldigvis. Nye teknologier giver nye muligheder, og vi har en dygtig reklamebranche, der konstant udvikler nye koncepter og muligheder. Denne udvikling skal understøttes, men samtidig er det vigtigt, at spillereglerne er gennemskuelige, forbrugervenlige og ikke i strid med god markedsføringsskik.

Lovforslaget rummer mange gode tiltag. Jeg vil fra konservativ side fremhæve nogle enkelte. I den nuværende markedsføringslov er der ikke specifikke regler for reklamer rettet mod børn og unge. Denne gruppe er at betragte som en ekstra sårbar og påvirkelig gruppe i vores samfund, og derfor lægger vi vægt på, at lovforslaget præciserer, at markedsføring rettet mod børn og unge ikke direkte eller indirekte må opfordre til vold, anvendelse af rusmidler eller hensynsløs adfærd. Endvidere er det i lovforslagets bemærkninger fastslået, at reklamer med seksuelle undertoner ikke må rettes mod børn og unge.

Herudover lægger vi vægt på, at der skabes større gennemsigtighed omkring gebyrer på varer eller tjenesteydelser, ved at den oplyste pris skal omfatte eventuelle gebyrer, og samtidig stilles forbrugeren bedre ved ændringer eller ved nye gebyrer i forbindelse med en aftale.