

forhold til nye og anderledes markedsføringsmetoder.

Det synes jeg lige ordførerne burde bemærke, altså at den myndighed, som først og fremmest skal sørge for at varetage forbrugernes interesser i den her sammenhæng, er enig i, at vi ophæver specialforbuddene, fordi det vil modernisere loven og give Forbrugerombudsmanden bedre indgrebsmuligheder. Det hænger jo sammen med, at markedsføringsloven grundlæggende set skal være dynamisk.

Det afgørende element i markedsføringsloven er jo i høj grad spørgsmålet om, at man ikke må gøre noget, der strider mod god markedsføringsetik, og at man ikke må gennemføre noget, der er, som det står i bestemmelserne, vildledende. Der er jeg nede i § 3. Der må ikke anvendes urigtige, vildledende eller urimelig mangelfulde angivelser, som er egnet til at påvirke efterspørgsel eller udbud af varer osv. Så er der ellers en række andre generelle bestemmelser i loven.

Men ved at have sådan nogle meget specifikke forbud fastfryser man altså forståelsen af, hvad der er god markedsføringsetik, og hvad der er vildledende, og det gør loven mindre dynamisk. Det gør også, at når man siger, at »visse salgsfremmende foranstaltninger, visse markedsføringsmetoder« er forbudte, så må man jo modsætningsvis slutte, at de andre er tilladte.

I en verden, hvor markedsføringsmetoderne hele tiden udvikler sig, er det altså ikke hensigtsmæssigt, at man lige præcis har taget fire ud og sagt, at de er forbudte. Det er en uhenigtsmæssig måde at indrette markedsføringsloven på. Derfor foreslår vi den erstatet af en mere generel bestemmelse i § 9 om salgsfremmende foranstaltninger, der kombineres med god markedsføringsetik og reglen i § 3 om vildledning.

Jeg synes da, vi skal diskutere det noget nøje, når vi kommer i gang med nogle egentlige drøftelser. Men det er altså baggrunden for, at jeg faktisk synes, det er ganske fornuftigt, at vi ophæver disse specialforbud og i stedet strammer op på nogle andre områder.

Kl. 21.20

Så er der jo en række forslag både fra Socialdemokratiet og i hvert fald også fra SF om nye forbud, der så skal indføres.

Der vil jeg sige, at vi altså fuldstændig forvrider markedsføringsloven, hvis markedsføringsloven bliver en lang opremsning af nogle meget konkrete ting, som er forbudte, for så bliver det en helt anden lov, end det har været indtil nu. Så

bliver det ikke den dynamiske lov, hvor vi bredt skal se på, hvad der er i strid med god markedsføringsetik, og hvad der er vildledende. Så bliver det en opremsning af en masse ting, man ikke må, og hver gang vi får øje på en eller anden ny markedsføringsforanstaltning, som vi ikke kan lide herinde i Folketinget, skal vi til at sige, at nu må vi også have et forbud mod *det* i markedsføringsloven, og det ville være meget uhenigtsmæssigt.

Jeg vil gerne mane til lidt besindighed hos de ordførere, som tror, at det er smart at sætte en masse forbud ind mod nogle meget konkrete ting. Jeg tror, at hvis man tænker sig lidt om, vil man kunne se, at det ikke er en hensigtsmæssig måde at indrette en markedsføringslov på, slet ikke i en meget dynamisk tid, hvor markedsføringsmetoderne hele tiden ændrer sig. Så er det de mere generelle bestemmelser, der er brug for.

Jeg skal så straks sige, at vi dog alligevel fra regeringens side har foreslået et ekstra forbud, men det er nu forbud, som stadig væk har en mere generel karakter, for det er den bestemmelse om, at man ikke må markedsføre sig over for børn og unge på en måde, der opmuntrer til, opfordrer til forskellige former for, jeg havde nær sagt løsagtig adfærd, altså brug af stoffer, voldelig adfærd osv. Det er igen en meget generel bestemmelse. Man kunne godt sige, at den bestemmelse, vi foreslår indført her, er en bestemmelse, som skærper kravene til god markedsføringsetik, når markedsføringen retter sig specifikt mod børn.

Det var i hvert fald nogle af de væsentligste af de forskellige forslag, der kom fra ordførerne, som jeg lige ville kommentere her i første omgang.

Jeg har også noteret mig, at fru Karen Hækkerup gerne vil have bl.a. bødestraf for overtrædelse af regler om kønsdiskriminerende reklamer.

Det er jeg da egentlig positivt indstillet over for, men også igen her vil jeg sige, at vi lige skal passe på, hvad vi gør, at der skal være sammenhæng i tingene, for så er der også en masse andre ting, som man kunne sige at der skulle være en særlig straffeforanstaltning for. Altså, kønsdiskriminerende reklamer er jo ikke tilladte i henhold til den gældende lov, og Forbrugerombudsmanden har jo flere gange skredet ind over for det.

Men man skal lige passe på med at strafsanktionere meget specifikke former for markedsføring, uanset hvor usympatiske de er, for så kom-