

(Kort bemærkning).

**Familie- og forbrugerministeren (Lars Barfoed):**

Nej, det vil jeg sådan set ikke bekræfte hr. Ole Stavad i. Jeg vil bekræfte hr. Ole Stavad så langt, at der jo altid er en grundlæggende diskussion, når vi skal revidere markedsføringsloven, fordi det er en grundlæggende lovgivning.

Jeg har bestemt ikke udtalt, at der skal være så få restriktioner som muligt, og at det i virkeligheden alt sammen skulle overlades til markedskræfternes frie spil. Hr. Ole Stavad må forstå, at jeg jo ikke er liberalist, jeg er konservativ. Derfor mener jeg, at markedet i en vis udstrækning skal tæmmes, sådan at man f.eks. ikke kan vildlede forbrugerne, drive gæk med forbrugerne gennem dårlig markedsføringsskik og sådan noget.

Derfor er der jo en række opstramninger i det her lovforslag. Lovforslaget indeholder flere stramninger i forhold til den gældende lov – men der er også nogle lempelser – derunder og først og fremmest de fire specialforbud, der dog er kombineret med en skærpelse af salgsfremmende foranstaltninger.

Så der er ikke nogen vidtgående lempelse i det samlede lovforslag, som jeg her har fremsat på regeringens vegne.

(Kort bemærkning).

**Ole Stavad (S):**

Nu siger ministeren, at det ikke må være vildledende, men samtidig fjerner ministeren specielt tilkøbsdeler. Mener ministeren ikke, at det er både vildledende og i øvrigt noget vrøvl, hvis man skriver, at noget er gratis, når man får det sammen med, at man køber noget andet, og kun får det samtidig med, at man køber det andet?

Det er vel et eksempel, og derfor det spørgsmål, der blev stillet af SF's ordfører, om man med de mere generelle regler, ministeren sætter op, stadig væk vil have forbud imod den form for reklame. Det svarede ministeren afkræftende på.

(Kort bemærkning).

**Familie- og forbrugerministeren (Lars Barfoed):**

Jeg er da enig i, at ordet gratis kan misbruges, så det er vildledende. Et godt eksempel på det er jo, når Socialdemokratiet i øjeblikket forsøger at lokke vælgere til ved at sige, at man vil tilbyde gratis skolemad. Det er jo et godt eksempel på

vildledende markedsføring, for der findes jo ikke sådan noget som gratis mad. Det skal jo betales af nogen. Det er jo vælgerne, der skal betale det via højere skatter.

Kl. 21.35

På den måde kan det jo sagtens være vildledende, hvis man siger, at f.eks. et slips er gratis. Hvis man markedsfører en tilgift på en vildledende måde, så vil det også være forbudt i henhold til det her lovforslag. Man kan godt tilbyde kombinationen med et slips, der vedlægges habitten, uden at habitten så koster mere, end den plejer at gøre, men det er jo ikke ensbetydende med, at det sådan set er gratis. Jeg er da enig i, at et eller andet sted bæres omkostningerne jo, så man må ikke markedsføre slipset på en vildledende måde.

(Kort bemærkning).

**Karen Hækkerup (S):**

Ja, det er jo så i hvert fald ikke kun Socialdemokraterne, som vildleder, for jeg kan i al fald fortælle ministeren, at en af ministerens konservative ministerkolleger vildleder på samme måde. Når kulturministeren siger, at det skal være gratis at komme på museum, så er det jo også betalt af nogle, så der ser jeg sådan set ikke nogen stor forskel.

Grunden til, at jeg tager ordet, er, at jeg synes, ministeren er meget streng, når han kommenterer, hvorfor vi andre gerne vil have, at specialforbuddene skal ophæves.

Jeg kunne faktisk godt tænke mig at læse et par linjer fra bemærkningerne til lovforslaget, hvor der netop omtales markedsføringslovens specialforbud. Der står:

»De fleste af disse regler er indført for at forhindre markedsføringsforanstaltninger, som skønnes at være særligt prisslørende, og fordi disse foranstaltninger kan medvirke til at forskyde forbrugerens fokus fra pris og kvalitet.« Lidt længere nede i teksten argumenterer man så for, hvorfor man skal fjerne det her forbud. Det var jo her, jeg havde troet, at det var nogle nye regler, som skulle gavne forbrugerne, men det viser sig jo så, at dem, som skal gavnes og tilgodeses, er virksomhederne, for længere nede i teksten står der: »Specialforbuddene indebærer økonomiske byrder for de erhvervsdrivende.« Det er så argumentet for, at de skal fjernes.

Det er jo ikke til forbrugernes gunst, at vi nu skal til at være i sådan et rabatkuponhelvede.