



ØKONOMI- OG
ERHVERVS MINISTEREN

15. april 2011

Besvarelse af spørgsmål 10 ad L 160 stillet af Erhvervsudvalget den 6. april 2011 efter ønske fra Benny Engelbrecht (S)

ØKONOMI- OG
ERHVERVS MINISTERIET
Slotsholmsgade 10-12
1216 København K

Spørgsmål:

I relation til ministerens forslag om at ophæve markedsføringslovens § 16 om butikkers pligt til at skilte med organiseret rabat, bedes ministeren kommentere på Forbrugerrådets undersøgelse fra januar 2011, som viser, at skiltene rent faktisk har betydning for mange forbrugere.

Tlf. 33 92 33 50
Fax 33 12 37 78
CVR-nr 10 09 24 85

oem@oem.dk
www.oem.dk

Svar:

Forbrugerrådet har i januar 2011 undersøgt forbrugernes oplevelser med organiseret rabat. Undersøgelsen viser, at ca. 60 pct. har lagt mærke til, at nogle butikker skilte med en rabatmulighed. Ca. 28 pct. af disse forbrugere efterspørger mulighederne for at opnå organiseret rabat i butikken. Undersøgelsen viser desuden, at der er færre, der spørger til organiseret rabat, hvis de ikke har bemærket nogen skiltning.

Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen har i januar 2010 undersøgt forbrugernes adfærd, når de køber ind. Undersøgelsen viser, at tre ud af fire forbrugere søger information inden et køb, og at ca. 90 pct. af dem, som søger information, opnår en besparelse ved det.

Undersøgelsen viser også, at kun én ud af fire forbrugere forhandler i forbindelse med et køb. Til gengæld opnår 85-90 pct. af dem, som forhandler, bedre vilkår eller en mere fordelagtig pris.

Det understreger, at det generelt er vigtigt at ansøre forbrugerne til at afsøge markedet og sørge at få rabat.

I de senere år er det blevet meget nemmere for forbrugerne at afsøge markedet, fordi der er fremkommet en række forbrugerguides på internettet og i andre medier, hvor det er muligt at sammenligne pris og kvalitet. Det er med til at øge prisgennemsigtigheden generelt.

Det er muligt, at forbrugerne ved at afsøge markedet og forhandle forud for et køb kan opnå bedre betingelser, end de kunne opnå gennem en af de organiserede rabatornninger.

Derudover har flere af de virksomheder, der frivilligt vælger at tilbyde organiseret rabat, givet udtryk for, at de oplever kravene om skiltning som overflødige og forholdsvis bureaukratiske. Ophævelsen vil derfor indebære en reduktion af virksomhedernes oplevede administrative byrder.

Samlet set er det min vurdering, at det er mere hensigtsmæssigt generelt at anspore forbrugerne til at søge information og forhandle i forbindelse med et køb end at kræve særlig skiltning i forbindelse med organiserede rabatordninger.