

Forbrugerorganisering i Vestnorden

Projekt fra Vestnordengruppen i NKU

ANP 2004:766

Forbrugerorganisering i Vestnorden

ANP 2004:766

© Nordisk Ministerråd, København 2004

ISBN 92-893-1060-X

Tryk: Ekspresen Tryk & Kopicenter

Oplag: 140

Trykt på miljøvenligt papir som opfylder kravene i den nordiske miljøsvanemærkeordning.

Nordisk Ministerråd

Store Strandstræde 18
DK-1255 København K
Telefon (+45) 3396 0200
Telefax (+45) 3396 0202

Nordisk Råd

Store Strandstræde 18
DK-1255 København K
Telefon (+45) 3396 0400
Telefax (+45) 3311 1870

www.norden.org

Det nordiske konsumentsamarbejde

Samarbejdet i Nordisk Embedsmandskomité for Konsumentspørgsmål (NEK) har som mål at fremme forbrugernes sikkerhed, beskyttelse af økonomiske og retlige interesser, uddannelse og information og forbrugerindflydelse i samfundet. Informationsudveksling, udredninger og undersøgelser bidrager til en nordisk forbrugerpolitisk holdning og danner grundlag for fælles optræden i internationale sammenhænge.

Nordisk Ministerråd

blev oprettet i 1971 som samarbejdsorgan mellem de nordiske landes regeringer. Ministerrådet fremlægger forslag til Nordisk Råds sessioner, viderefører rådets rekommandationer, rapporterer til Nordisk Råd om samarbejdets resultater og leder arbejdet inden for de forskellige emneområder. Samarbejdet koordineres af samarbejdsministrene, der er udpeget af det enkelte lands regering. Ministerrådet træder sammen i forskellige sammensætninger - afhængigt af hvilke spørgsmål, der skal behandles.

Nordisk Råd

blev oprettet i 1952 som et samarbejdsorgan mellem de folkevalgte forsamlinger og regeringer i Danmark, Island, Norge og Sverige. Finland indtrådte i 1955. Færøernes, Grønlands og Ålands delegationer indgår i henholdsvis Danmarks Riges og Finlands delegationer. Rådet består af 87 medlemmer. Nordisk Råd er initiativtagende og rådgivende og har kontrollerende opgaver i det nordiske samarbejde. Nordisk Råds organer er plenarforsamlingen, præsidiet og udvalgene.

Indholdsfortegnelse

Kap.1. Projektet, navn og målsætning	7
Kap.2. Indledende bemærkninger	9
Kap.3. Begrebsfastlæggelse	11
Kap.4. Kortlægning af forbrugerinteresserne og deres organisering	13
1. Færøerne.....	13
1.1. Lovgivning	13
1.2. Forbrugeroplysning	13
1.3. Officiel politisk holdning	14
1.4. Frivillige organisationer	14
1.5. Erhvervslivets holdning:	15
1.6. Behovet for forbrugerpolitik. Forbrugsmønster	15
1.7. Sammenfatning:	17
2. Grønland.....	18
2.1. Lovgivning	18
2.2. Organisering i henhold til lovgivning	19
2.3. Frivillige organisationer	20
2.4. Forbrugerrepræsentation i offentligt nedsatte råd	20
2.5. Organisationsforhold: Forbrugerlovgivning/konkurrencelovgivning	21
2.6. Evaluering af sammenlægningen af sekretariaterne	22
2.7. En redegørelse for økonomien	23
2.8. Officiel politisk holdning	24
2.9. Erhvervslivets holdning til forbrugerlovgivning.....	25
2.10.Sammenfatning	25
2.11.Konklusion	25
3. Island.....	26
3.1. Lovgivning	26
3.2. Organisering: Konkurrencestyrelsen (Samkeppnisstofnun)	26
3.3. Frivillige interesseorganisationer	27
3.4. Forbrugerrepræsentation i råd og nævn.	28
3.5. Organisationsforhold: Forbrugerlovgivning/konkurrencelovgivning	28

3.6. Evaluering af organiseringen	29
3.7. En redegørelse for økonomien	30
3.8. Officiel politisk holdning	30
3.9. Erhvervslivets holdning.	30
3.10. Sammenfatning	30
3.11. Konklusion	31
Kap.5. Ligheder og forskelle Grønland, Island og Færøerne.....	33
Kap.6. Det nære samfund.....	37
Kap.7. Konklusion	39
1. Evaluering af forskellen mellem Grønland/Island	39
2. Evaluering af Færøernes situation i forhold til Grønlands og Islands	40
3. Evaluering af organisationsform	41
4. Ikke én, men tre optimale løsninger for de tre vestnordiske lande	44
4.1. Færøerne	44
4.2. Grønland.....	45
4.3. Island.....	46
5. I korthed kan konkluderes, at en aktiv forbrugerpolitik forudsætter:	47

Kap.1. Projektet, navn og målsætning

Projekt navn: Forbrugerorganisering

“Vestnordisk projekt til redegørelse for organisering og regulering af forbrugerarbejdet i de vestnordiske lande i forhold til den generelle nordiske model på dette område.”

“Westnordic project in order to give an account of organization and regulation of consumer policy in the westnordic countries in relation to the general nordic model”

Projektets målsætning:

At gøre rede for en optimal organisering af forbrugerarbejdet i de vestnordiske samfund med begrænsede økonomiske ressourcer – især med henblik på forholdet mellem forbruger- og konkurrencemyndigheder.

Projektgruppen består af følgende:

Brúkarasamtakið, den frivillige forbrugerorganisation i Færøerne: Hans Pauli Strøm, projektleder.

Forbrugerrådet i Grønland: Bo Vestergaard

Neytendasamtökin, den frivillige forbrugerorganisation i Island: Jóhannes Gunnarsson.

Udreder: Turið Debes Hentze, advokat, Færøerne

Kap.2. Indledende bemærkninger

Ud fra erkendelsen af, at forbrugerinteresser i vore lande bør styrkes, vil vi undersøge, hvordan og i hvilken grad vi kan drage nytte af de erfaringer vore nordiske nabolande har gjort på det forbrugerpolitiske område.

Vi har set på, hvordan Danmark, Norge, Sverige og Finland har styrket forbrugerområdet ved lovgivning såvel som integrering og organisering af området i deres ansvarlige politiske systemer. Her tænkes specielt på markedsføringsloven, der omhandler pligten at udvise god markedsføringsskik og på forbrugerombudsmanden, der som frontfigur skal påse lovens overholdelse og være forbindelsesled til erhvervslivet. Derudover på den lovgivning der giver forbrugerne mulighed for at indbringe klager for særlige forbrugerklagenævn.

En styrkelse af forbrugernes interesser forudsætter efter vor opfattelse en erkendelse på politisk plan af betydningen af forbrugerbeskyttelse, og at der politisk og økonomisk gives rammer for kanalisering af disse interesser og behov. Forbrugerinteresser er ikke kun af betydning for den enkelte forbruger, men også for samfundet som helhed. Eksempelvis kan nævnes hele sundheds- og miljøområdet.

Den manglende politiske bevågenhed og forståelse for forbrugernes beskyttelsesbehov afspejler sig i Færøerne bl.a. i mangelfuld lovgivning på området, som indebærer, at forbrugeren står svagt og uden tilstrækkelig retssikkerhed overfor det stadig stærkere erhvervsliv.

Island har i stor udstrækning forbrugerbeskyttelseslovgivning svarende til det øvrige norden, bl.a. forårsaget af Islands tilknytning til EU ved EØS aftalen. Men Island adskiller sig lovgivningsmæssigt hovedsageligt på to punkter fra de øvrige nordiske lande ved ikke at have en særskilt markedsføringslov og derfor heller ikke en forbrugerombudsmand. Island har heller ikke lov om klagenævn, men foreløbig anser Neytendasamtökin ikke dette som en mangel, henset til hvordan denne tjeneste er opbygget med klagecentral i Neytendasamtökin og frivillige klagenævn sammen med de forskellige brancher, og at ordningen har fungeret tilfredsstillende. Men i Island udmønter den manglende politiske bevågenhed sig i manglende forståelse for de økonomiske midler, der er nødvendige for at drive en god forbrugerpolitik.

Grønland derimod har en forbrugerlovgivning fuldt ud sammenlignelig med de øvrige nordiske landes, og dertil er der bevilget betydelige midler til området, og det til trods for, at der ikke er blevet presset på fra en aktiv forbrugerside.

Man har således indrettet sig forskelligt i henholdsvis Færøerne, Island og Grønland såvel lovgivningsmæssigt som organisatorisk, ligesom også størrelsen af den offentlig finansielle støtte er forskellig. Også indflydelsen fra frivillige forbrugerorganisationer er forskellig.

Vi anser Færøerne, Grønland og Island som sammenlignelige med de øvrige nordiske lande for så vidt angår forbrugerpolitik. Indbyggertallene er lavere, men forbruget er højt og markedsmekanismerne er de samme.

Efter vores fastlæggelse af grundbegreberne vil vores arbejde koncentrere sig om at finde frem til, hvordan organiseringen af forbrugerinteresserne kan påvirke og styrke forbrugernes stilling. Ud fra vort kendskab til hvordan de øvrige nordiske lande har indrettet sig på forbrugerområdet, vil vi også interessere os for den specielle forbrugerlovgivning, som er nødvendig for en styrkelse af forbrugerinteresserne, såsom markedsføringsloven og loven om klagenævn. Andre relevante forbrugerlove, købeloven, aftaleloven, renteloven m.v., vil ikke blive nærmere omtalt her.

Specielt vil vi interessere os for organiseringen af forbrugerområdet inden for offentligt regi, og spørgsmålet om fusion af forbrugerområdet og konkurrenceområdet under en og samme myndighed. Begge områder omhandler erhvervslivets adfærd på det frie marked. Vil en forening af disse interesser under en fælles myndighed tjene til en styrkelse af forbrugernes interesser, eller forholder det sig modsat.

Dette kræver en kortlægning af forbrugerrelevante tilstande i de tre lande i henseende til lovgivning, politisk prioritering, organisering, frivillige organisationer og økonomi.

Foruden at se på de konkrete erfaringer fra Island, Grønland og Færøerne vil vi trække på en undersøgelse som det danske erhvervsministerium fik foretaget i 1999 netop om fordele og ulemper ved en sammenlægning af Forbrugerstyrelsen og Konkurrencestyrelsen. De synsvinkler og spørgsmål denne stiller, er relevante at lægge ind over vores overvejelser.

Kap.3. Begrebsfastlæggelse

Først en kort redegørelse for begrebsforståelsen, som vi lægger til grund i vores arbejde:

1. Grundlæggende forbrugerinteresser (hvad er forbrugerinteresser)

Forbrugeren er en person der i privat øjemed aftager varer eller tjenester fra erhvervsdrivende mod erlæggelse af typisk et pengebeløb som modydelse.

Forbrugerenes interesse er ud fra oplysninger om varen og tjenesten selv at kunne afgøre, om prisen og betalingsbetingelserne er passende for indgåelse af aftale om f.eks. køb. Dette kan også udtrykkes som, at forbrugerenes interesse er, på grundlag af rigtige og tilstrækkelige oplysninger om varen, at få sikkerhed for at få den vare, der betales for.

2. Forbrugeroplysning

Selv om forbrugerenes og virksomhedens interesser er modsatrettede, idet virksomhedens interesse forenklet sagt er at trække flest mulig penge op af forbrugerenes lommer, mens forbrugerenes er at erhverve goder billigst mulig, så er parternes fælles interesser dog ideelt set at bruge hinanden til at opnå et for begge parter tilfredsstillende resultat.

Af mange og ulige årsager falder aftalerne ikke altid så heldigt ud, og hvis forbrugeren mener at finde årsagen i urigtige og mangelfulde vare- og salgsoplysninger fra sælgers side, vil sælgers forklaring typisk være en anden. Såvel sælger som køber lægger dog vægt på rigtige oplysninger, men de oplysninger, som sælger anser for af betydning, er ikke nødvendigvis de samme, som køber anser for ønskelige. Interesserne bag er jo forskellige. Forbrugeroplysning er af væsentlig betydning for forbrugerpolitikken, som omfatter såvel forbrugeren, de konkurrerende erhvervsvirksomheder og samfundet som helhed. Oplysningerne er også en forudsætning for en velfungerende og sund markedsudvikling.

3. Styrkeforholdet mellem forbruger og erhvervsliv

Den frie markeds mekanisme, begrænset ved nødvendig lovgivning, regulerer forholdet sælger og køber imellem. En forudsætning for at markeds mekanismen fungerer efter hensigten er, at styrkeforholdet mellem parterne balancerer.

Forholdet mellem erhvervsliv og forbruger påvirkes ikke kun af disses styrkeforhold til hinanden, men også af virksomheders indbyrdes styrkeforhold. Således vil forbrugerenes stilling svækkes, hvis konkurrencen virksomhederne imellem sættes ud af kraft. Ved konkurrencelovgivningen påses, at den frie konkurrence ikke bliver sat ud af kraft f.eks. ved aftaler virksomhederne imellem til skade for såvel andre virksomheder som indirekte for forbrugeren. Konkurrencelovgivningen henvender sig kun til erhvervslivet, og påvirker derfor kun indirekte forbrugeren. Lovene indeholder ikke regler om,

hvorledes eller under hvilke betingelser, erhvervslivet kan konkurrere og markedsføre sig overfor forbrugerne.

Ser vi dertil på den enkelte forbrugers stilling overfor den økonomisk stærkere virksomhed, er forbrugeren den svagere part. Her kan henvises til ovenfor nævnte om forbrugeroplysning.

4. Forbrugers retsbeskyttelse som den svage part overfor erhvervslivet.

Som enkeltperson står forbrugeren svagt overfor erhvervsvirksomheden, men i det omfang forbrugeren opfattes som gruppe, evt. som målgruppe for fremtidige handler, står forbrugeren styrket overfor virksomheden. Sammen står forbrugerne stærke og kan påvirke erhvervslivets beslutninger – og i sidste endda også udnyttelsen af jordens resurser.

Forbrugeren er således ikke entydig svag eller stærk i relation til erhvervslivet. Men alene står forbrugeren svag overfor den økonomisk overlegne virksomhed, og bør derfor som enkeltperson ved lovgivning sikres sin retsstilling ved indgåelse af aftaler, og herunder også gives mulighed for let klageadgang i forbindelse med overtrædelse af disse bestemmelser.

5. Forbrugerinteresser som ansvarsområde i det etablerede politiske system

Forbrugerinteresser og forbrugeroplysning har betydning for hele samfundet, hvorfor området også bør være et politisk interesse- og ansvarsområde og ikke overladt til erhvervslivet og forbrugerne alene at forholde sig til.

Politisk ansvarlighed på området betyder bevidsthed om forbrugers betydning som resurse i forbindelse med regulering af erhvervslivets udbud af varer og tjenester, men samtidig en erkendelse af forbrugers svage position overfor erhvervslivet. Politisk ansvarlighed betyder foruden tilstrækkelig lovgivning også tilsvarende finansiel støtte.

6. Organisering af forbrugerområdet

Foruden nødvendig lovgivning og finansiel støtte bør der tages stilling til, hvordan forbrugerområdet bedst organiseres. Eller med andre ord: hvordan påvirker organisationsforhold den styrke, hvormed forbrugerinteresser kan fremføres og tilgodeses?

Ved organisationsforhold tænkes her på de kendte former, der hidtil er anvendt i forbindelse med varetagelse af forbrugerinteresser såsom frivillige interesseorganisationer og organisering inden for offentlige myndigheder.

Kap.4. Kortlægning af forbrugerinteresserne og deres organisering.

I lyset af ovennævnte begrebsforståelse har hvert af landene kortlagt egne forhold i henseende til lovgivning, politisk prioritering, organisering, frivillige organisationer og økonomi og samtidig evalueret, hvilke forhold der er bevaringsværdige, og hvilke kunne ønskes bedre eller ændret, samt begrundelserne herfor.

1. Færøerne.

Befolkning pr. 31.12.2001: 46.596

Bruttonationalprodukt, år 2001, pr. beboer i d.kr.: 198.479

Bruttonationalprodukt, år 2001, pr. beboer i US\$: 23.859

1.1. Lovgivning

Færøerne har ikke en markedsføringslov og heller ikke en lov om klagenævn for forbrugerklager.

Den færøske forbruger er således lovgivningsmæssigt kun beskyttet i det omfang købeloven¹, aftaleloven, lov om renter i forbruger køb og andre love på området tillægger forbrugeren rettigheder og beskyttelse. Gældende love er af ældre dato og er ikke blevet opdateret, således at de er i takt med udviklingen i samfundet. Klager vedrørende forbrug bliver behandlet inden for det alm. retssystem, idet der ikke findes klagenævn.

Der fandtes tidligere i loven om Prisrådet en bestemmelse om god markedsføringsskik, men denne bestemmelse udgik i forbindelse med, at loven om konkurrence afløste loven om Prisrådet.

1.2. Forbrugeroplysning

Systematisk forbrugeroplysning findes ikke. Af og til dukker der oplysninger frem i dagspressen, i aviserne og de elektroniske medier, men der er ikke nogen myndighed eller sammenslutning, som har denne opgave eller har påtaget sig denne opgave. Dette er et stort savn, idet forbrugeroplysning nok er det forbrugerbeskyttelsesarbejde, der bør prioriteres højest.

¹ Lov nr. 102 af 6. april 1906 om køb med senere ændringer.

1.3. Officiel politisk holdning.

Fra politisk hold blev der i sept. 2001 af et oppositionsparti i det færøske parlament Løgtinginum fremsat lovforslag om markedsføringslov og lov om klagenævn, men forslaget fik ikke den nødvendige tilslutning.

Begrundelsen fra landsstyrets side for ikke at tilslutte sig forslaget var, at landsstyret allerede var i gang med en reform på konkurrenceområdet. Her påtænkte man muligheden for at inkorporere dele af markedsføringsloven i en opdateret konkurrencelov. Man mente ikke, der var behov for en selvstændig forbrugerlovgivning/forbrugerbeskyttelse, men at en effektiv konkurrencelovgivning var tilstrækkelig. Der er også senere kommet udmeldinger om en organisering af forbrugerområdet ind under konkurrencerådet, som således skulle blive den forvaltningsmæssigt ansvarlige for begge områder.

Hvilken holdning der er til et Brugerklagenævn eller en Forbrugerombudsmand er ikke fremkommet. Blot er der en udmelding om, at vi skal ikke have endnu en ny udgiftskrævende institution.

1.4. Frivillige organisationer

Forbrugeren er lavt prioriteret politisk på Færøerne, og offentlige tilskud til frivillige organisationer har været yderst begrænsede.

Der fandtes i mange år en frivillig forbrugerorganisation, Brúkarafelagið, som lagde mange kræfter i at gøre opmærksom på forbrugernes svage stilling overfor erhvervslivet, behandlede forbrugerklager, repræsenterede forbrugere i råd og nævn, gav udtalelser i forbindelse med lovforberedende arbejde og gjorde opmærksom på manglende forbrugerlovgivning, men på grund af manglende økonomiske resurser blev Brúkarafelagið efter en levetid på i alt 18 år nedlagt i 1992. Dets arbejde blev finansieret med medlemsbidrag, og de senere år økonomisk støttet fra landsstyret svarende til, hvad der blev indbetalt i medlemskontingent. Denne støtte var betinget af, at foreningen repræsenterede alle, også dem der ikke var medlemmer.

Foreningen der i alt har haft 250 medlemmer, var i perioder ret aktiv, og forestod af og til offentlige møder, oplyste om forbrugerspørgsmål i dagspressen og havde planer om udgivelse af eget blad. Men også dette strandede på grund af manglende resurser.

Foreningen behandlede i gennemsnit 40 sager om året, fordelt således: i 1983 i alt 52, i 1984 i alt 50, i 1985 i alt 68, i 1987 i alt 81 og 1988 i alt 90 sager. Mange af sagerne krævede behandling af sagkyndige, såsom jurister, håndværkere o.a. og var derfor meget omkostningskrævende. Specielt var der mange klager i forbindelse med biler og værkstedsarbejder, hvilket førte til oprettelsen af et særlig klagenævn på dette område.

Der var mange sager, og dette kunne ikke udføres kun på frivilligt og gratis grundlag. Hvert år rettede foreningen henvendelse til landsstyret for at få økonomisk støtte til at lønne en person, men ansøgningerne blev aldrig imødekommet. Som nævnt blev foreningen på grund af manglende resurser i 1992 besluttet opløst og det til trods for, at der var et åbenlyst behov for dens fortsættelse.

I okt. 2002 blev endnu engang blevet forsøgt med en frivillig forbrugerorganisation, Brúkarasamtakið. Dennes målsætning er at arbejde for en politisk prioritering af

forbrugerpolitik, således at den nødvendige lovgivning på området vedtages, og at forbrugerpolitik inkorporeres som et ansvarsområde på ministerielt plan.

Baggrunden herfor bygger på de erfaringer, man har fra den tidligere forening, og at forbrugerinteresser ikke kan varetages tilstrækkelig af frivillige interesseorganisationer, medmindre der politisk også er opbakning og forståelse for deres betydning. Forbrugere er en spredt forsamling af enkeltpersoner og er vanskelige at samle til fælles opslutning om forbrugerinteresser, medmindre der også fra offentlig side er en opbakning, der kan medvirke til en kanalisering af forbrugerinteresserne. Forbrugere som enkeltpersoner står svagt, men hvis forbrugerinteresser samles og koordineres, vil deres fælles interesser og synspunkter kunne fremføres med betydelig vægt.

Det nuværende Brúkarasamtak er repræsentant for forbrugerinteresser, men da denne forening har afgrænset sit arbejdsområde til at få nødvendig forbrugerlovgivning og derved også implementering af området til det politisk ansvarlige system, er dets arbejde med enkeltstående forbrugerinteresser yderst begrænset, ligesom foreningen heller ikke behandler forbrugerklager. Erhvervslivet har således ikke i dag en kvalificeret med- og modspiller på området, hverken fra forbrugerside eller fra det offentlige.

Men erfaringen viser, at forbrugerinteresser ikke i tilstrækkelig grad kan varetages af frivillige interesseorganisationer alene. Politisk opbakning i form af lovgivning, offentlig institutionalisering af området samt tilstrækkelig finansiel støtte til det frivillige arbejde er nødvendig. Frivillige organisationer har brug for, at også politisk ansvarlige myndigheder findes på forbrugerområdet.

En god forbrugerpolitik kræver en aktiv forbruger, og et samspil mellem erhvervsliv, offentlig myndighed og forbruger forudsætter repræsentation af forbrugerne.

1.5. Erhvervslivets holdning:

Afventende.

1.6. Behovet for forbrugerpolitik. Forbrugsmønster

Forbrugerinteresser er af stor samfundsmæssig betydning og angår os alle, og forbrugsmønstret i dag afspejler et måske endnu større behov for en forbrugerpolitik end tidligere, da interesseorganisationen Brúkarafelagið endnu eksisterede.

Det private forbrug af varer og tjenester er i konstant vækst, og forbrugsmønsteret er anderledes i dag end for nogle få årtier tilbage. Dette viser tal fra Hagstova Føroya (Færøernes Statistik), når vi f.eks. sammenligner år 1972 med 2001. Mange af de varer og tjenester, som husholdningerne anvendte i 1972, er næsten væk, og andre og nye er kommet til. Og hvor størstedelen af forbruget i 1972 var direkte varekøb, er nu en meget større andel køb af tjenester. Medens mere end halvdelen af vores forbrug i 1972 var til mad, drikke, tøj og sko, er dette forbrug nu halveret, medens f.eks. forbruget til transport og kommunikation er mere end fire gange så stort, og andelen til rejse, kultur, restauranter, spirituosa m.v. er mere end tre gange større end den var.

Sammensætning af husholdningsforbrug i 1972 og 2001²

Vareinddeling	1972	2001	Ændring
Mad og drikke	42,1	21,3	-20,8
Tøj og sko	10,2	5,4	-4,8
Bolig	21,5	20,2	-1,3
Indbo og andet bohavede	8,2	6,0	-2,2
Sundhed	1,6	2,8	1,2
Uddannelse		0,1	0,1
Transport	3,2	13,1	9,9
Kommunikation	1,0	4,6	3,6
Fritid og kultur	1,9	11,9	10,0
Hotel og restaurant		3,6	3,6
Spirituosa og tobak	5,6	5,9	0,3
Forsk. varer og tjenester	4,7	5,3	0,6
I alt	100,0	100,0	0,0

I større inddelinger:	1972	2001	Ændring
Mad, drikke og tøj	52,3	26,7	-25,6
Bolig, indbo, bohavede o.l.	29,7	26,2	-3,5
Sundhed og uddannelse	1,6	2,9	1,3
Transport. og kommunikation	4,2	17,7	13,5
Fritid, kultur, hotel, restaurant, spirituosa og tobak	7,5	21,4	13,9
Forskelligt andet	4,7	5,3	0,6
I alt	100,0	100,0	0,0

Forbruget var mere ensartet tidligere. Størstedelen var nødvendige forbrugsvarer, mens forbruget nu er mere sammensat. Udbuddet er stort og varieret og forandrer sig i et hastigt tempo. Den nye teknologi har tillige ændret markedsføringen, idet såvel fjernsyn, radio og internet og anden teknologi nu spiller en væsentlig rolle i markedsføringen. Og den intense konkurrence skærper erhvervslivets evne til at knytte forbrugeren til sig f.eks. med særlige konto-, medlems- eller aftaleordninger eller ved at udbyde varer og tjenester som helhedsløsninger f.eks. indenfor tele-, finans- og forsikringsvirksomhed. Denne udvikling stiller større og anderledes krav til forbrugeren end tidligere. Varerne og tjenesterne er blevet flere, mere specialiserede og vanskeligt forståelige.

Der er tillige sket en ændring og centralisering af forretningsstrukturen derved, at større forretningsvirksomheder har udkonkurreret de mindre forretninger. Særlig har dette gjort sig gældende for dagligvareforretningerne. Tillige er der sket en privatisering af flere offentlige monopoler til aktie- eller anpartsselskaber. Alt sammen forhold der stiller andre og større krav til forbrugerbevidsthed og -beskyttelse.

² Hagstova Føroya

1.7. Sammenfatning:

Lovgivning: Der findes ingen markedsføringslov, ingen lov om forbrugerklagebehandling, og anden forbrugerrelateret lov bør opdateres

Forbrugeroplysning: Der findes kun sporadisk forbrugeroplysning. Der findes ingen offentlig instans eller privat organisation, der har påtaget sig denne opgave.

Officiel politisk holdning: Området er meget lavt prioriteret.

Forbrugerens repræsentation: Forbrugeren har ingen repræsentant inden for det offentlige system. Og inden for private organisationer er repræsentationen begrænset til at presse på for at få området opprioriteret såvel politisk som lovgivningsmæssigt.

Organisering: Der findes ingen forbrugermyndighed.

Erhvervslivets holdning: Afventende.

Økonomi: Der er ikke sat penge eller resurser af fra officiel side til området.

1.8. Konklusion:

Den politiske prioritering er ikke tilfredsstillende. Lovgivningen er yderst mangelfuld, og økonomiske bevillinger er ikke eksisterende. Der findes erfaringsmateriale fra tidligere frivilligt arbejde, som dokumenterer behovet for en aktiv forbrugerpolitik. Det ændrede forbrugsmønster kræver i endnu højere grad end tidligere en aktiv forbrugerpolitik med dertil hørende lovgivning, såvel for god markedsføring som for klagemuligheder.

2. Grønland

Befolkning pr. 31.12.2001: 56.394

Bruttonationalprodukt, år 2001, pr. beboer i d.kr.: 161.152

i US\$: 19.372

2.1. Lovgivning.

2.1.1. Vedtægt om forbrugerråd og forbrugerudvalg

Allerede i 1954 blev landsrådsvedtægt om forbrugerråd og forbrugerudvalg vedtaget. Således var der tale om nedsættelse af både et landsdækkende forbrugerråd og en henstilling til de enkelte kommunalbestyrelser om, at man nedsatte et forbrugerudvalg.

Det var herved hensigten, at forbrugerudvalgene skulle medvirke til, at den grønlandske forbruger fik den bedst mulige vareforsyning med gode varer til rimelige priser. I forlængelse heraf stod forbrugerrådet, hvis opgave det var at støtte og vejlede de kommunale forbrugerudvalg i deres arbejde, samt på landsplan at arbejde for en forbedring af forbrugernes vilkår.

2.1.2. Lov af 1986 (forbrugerloven)

Forbrugerarbejdet fungerede dog ikke efter hensigten, hvorfor der med den nugældende forbrugerlov (Landstingslov om forbrugerråd, markedsføring, mærkning, priser og forbrugerklageudvalg af 13. november 1986 med senere ændringer³) blev oprettet et egentligt forbrugersekretariat, der blev placeret i Direktoratet for Handel og Industri. Hovedintentionerne var i denne forbindelse dels at styrke forbrugernes retsstilling, dels at styrke forbrugernes mulighed for at vurdere og orientere sig om prisen og kvaliteten på varer og tjenesteydelser.

Ovennævnte lov indeholder også, som titlen antyder, regler om mærkning og skiltning, der har til hensigt at sikre ensartethed og tilgængelighed og dermed sætte forbrugerne i stand til bedre at kunne vurdere, hvor de mest fordelagtigt kan foretage deres indkøb.

Gældende Forbrugerlov⁴ indeholder ud over bestemmelser om Grønlands Forbrugerråd, herunder Rådets sammensætning og opgaver, også bestemmelse om markedsføring m.v. Der er i vid udstrækning tale om gentagelse af de bestemmelser, der på daværende tidspunkt også var gældende i Danmark. Her tænkes bl.a. på generalklausulen om god markedsføringsetik, behandling af erhvervshemmeligheder, bestemmelser om mærkning og emballering m.v. Det må på denne baggrund konstateres, at forbrugerloven i et vist omfang indeholder flere centrale markedsføringsmæssige bestemmelser, der herved muligt overflødiggør en selvstændig markedsføringslov.

³ Sammenskrævet udgave af landstingslov om forbrugerråd, markedsføring, mærkning, priser og forbrugerklageudvalg vedlægges.

⁴ Lov nr. 10 af 13. november 1986 med senere ændringer.

2.1.3. Købelov

Hvad angår købelovgivning har Grønland egen købelov⁵, der (ligesom megen anden lovgivning på det formueretlige område) er ligelydende med tidligere gældende lovgivning i Danmark, idet det bemærkes, at den grønlandske købelov til forskel fra den danske købelov ikke er undergået nogen ændringer siden 1981. Det forventes, at den grønlandske købelov inden for 1-2 år harmoniseres med den danske købelov, idet der ikke synes at eksistere særlige grønlandske forhold, der berettiger til ”uensartethed/forskellighed” på dette område.

2.2. Organisering i henhold til lovgivning

Med vedtagelsen af 1986-forbrugerloven med senere ændringer findes der p.t. følgende forbrugerorganer i Grønland:

2.2.1. Grønlands Forbrugerråd, som består af 7 medlemmer, hvoraf de 3 medlemmer er udpeget af Landstinget. De øvrige medlemmer udpeges med et medlem hver: De Grønlandske Kommunes Landsforening (KANUKOKA), Kvindeforeningerne, lønmodtagerorganisationen SIK samt fiske- og fangerorganisationen KNAPK. Medlemmer af Grønlands Forbrugerråd udpeges for en 4-årig periode. Perioden følger Landstingets valgperiode. Forbrugerrådet udpeger selv sin formand.

2.2.2. Forbrugerudvalg findes i hver af Grønlands 18 kommuner. Det enkelte udvalg består af 5 medlemmer, hvoraf 2 medlemmer udpeges af kommunalbestyrelsen (hvoraf det ene medlem skal være medlem af denne) og de resterende 3 medlemmer af lokalafdelingerne af interesseorganisationerne SIK, KNAPK og Kvindeforeningerne. Medlemmerne udpeges for kommunalbestyrelsens valgperiode, d.v.s. 4 år ad gangen.

2.2.3. Grønlands Forbrugerklageudvalg, som består af 9 medlemmer. Rådets formand udpeges af Landsstyret, og de øvrige 8 medlemmer udpeges af Forbrugerrådet og erhvervslivet med 4 medlemmer hver. Erhvervslivet er repræsenteret ved arbejdsgiverorganisationen for Handel, Service og Transport, Grønlands Arbejdsgiverforening, Fællesforeningen for de grønlandske brugere (KNB) samt Pisiffik A/S og KNI Pilersuisoq A/S (Pisiffik A/S og KNI Pilersuisoq er i lighed med Brugsen supermarkedskæder) i fællesskab.

Det fremgår af forbrugerloven, at Forbrugerklageudvalget er oprettet til at behandle klager fra forbrugerne vedrørende varer, arbejds- og tjenesteydelser. Udvalget afgør ca. 10-20 sager om året. Det forholdsvis lave antal sager kan i et vist omfang hænge sammen med, at Sekretariatet forsøger - og helst så tidligt som muligt i et sagsforløb - at vejlede forbrugeren om dennes rettigheder. Dette betyder, at Sekretariatet hurtigt kan orientere forbrugeren om, hvorvidt en uoverensstemmelse med en erhvervsdrivende – efter Sekretariatets vurdering – med fordel kan indbringes for Forbrugerklageudvalget. At der i Grønland kun synes at være begrænset tradition med, som forbruger at klage over erhvervsdrivende spiller formentlig også ind, når antallet af sager, Forbrugerklageudvalget behandler om året, skal vurderes.

Forbrugerklageudvalgets afgørelse er i lighed med afgørelser truffet af Forbrugerklagenævnet i Danmark kun vejledende for parterne. Der er p.t. ikke kendskab til, at de erhvervsdrivende, hvor en afgørelse er gået dem imod, ikke har fulgt denne.

⁵ Bekendtgørelse nr. 488 af lov om køb af 25. september 1981.

2.3.4. Sekretariat

Med Landstingslov nr. 1 af 28. februar 1994 om ændring af landstingslov om forbrugerråd, markedsføring, mærkning, priser og forbrugerklageudvalg blev "forbrugersekretariatet" udskilt fra Direktoratet for Handel og Industri, og var således ikke længere underlagt Direktoratet, men havde fået en mere uafhængig status.

I årene 1999-2001 var forbrugersekretariatet i gennemsnit besat med 1½ medarbejder - en kontorfuldmægtig og en konsulent (med nogen juridisk indsigt) på halvtid.

Arbejdet i Forbrugerrådet og de kommunale forbrugerudvalg foregår på frivillig og overvejende ulønnet basis, idet der i begrænset omfang udbetales mødediæter, honorarer o.l. til medlemmer af Forbrugerrådet. Herudover skal man også være opmærksom på, at Grønlands Forbrugerråd – til forskel fra f.eks. Danmark – er en offentlig institution, hvorimod Forbrugerrådet i Danmark i princippet danner en privat modvægt til den offentlige Forbrugerstyrelse.

Sekretariatsmæssigt er det i Grønland sådan, at der pr. 1.1.2002 blev etableret et fællessekretariat (Fællessekretariatet for Konkurrencenævnet og Grønlands Forbrugerråd), der varetager sekretariatsbetjeningen for både Konkurrencenævnet og Forbrugerrådet. Pr. 1.6. 2002 blev Fællessekretariatet ligeledes sekretariat for Forbrugerklageudvalget.

Fællessekretariatet er normeret til 5 medarbejdere fordelt på 3 akademikere (heraf sekretariatschefen), 1 forbrugerkonsulent samt 1 kontorfuldmægtig.

Hovedbevæggrundene for etablering af Fællessekretariatet var især:

- at tilførsel af flere økonomiske ressourcer kunne sikre, at der i Konkurrencenævnets og Forbrugerrådets sekretariat skete en oprustning på det juridiske såvel som det økonomiske område,
- at der via et administrativt samarbejde kunne opnås en bedre ressourceudnyttelse,
- at et fællessekretariat kunne udnytte eventuelle samspilsmuligheder mellem konkurrence- og forbrugerpolitikken, samt
- at ovennævnte tiltag endvidere kunne medføre yderligere synliggørelse af bl.a. forbrugernes rettigheder og klagemuligheder.

2.3. Frivillige organisationer.

Det bemærkes, at der i Grønland ikke findes nogen frivillige private forbrugerorganisationer, hvilket heller ikke tidligere har været tilfældet.

2.4. Forbrugerrepræsentation i offentligt nedsatte råd

Forbrugeren bliver repræsenteret af forbrugerrådet. Forbrugerrådet er p.t. repræsenteret i Konkurrencenævnet.

Herudover er en sekretariatsfuldmægtig fra Fællessekretariatet på baggrund af sekretariatets interesse for at arbejde med folkesundheden⁶ i september 2003 udpeget

⁶ Dette er blandt andet sket gennem udarbejdelse af artikler til Forbrugerbladet Atuisoq, hvor der f.eks. er blevet fokuseret på den positive sammenhæng mellem ernæringsmæssig rigtig morgenmad og pris på samme.

som medlem af Ernæringsrådet i Grønland, der som kompetent rådgivningsorgan er nedsat med henblik på:

- at opstille forslag til mål og strategier for den samlede indsats for kost og motion,
- at medvirke til oplysning og rådgivning om betydningen af kost og motion, samt
- at pege på forskningsbehov inden for såvel sundhedsmæssige, kulturelle og økonomiske aspekter af den grønlandske ernæring.

2.5. Organisationsforhold: Forbrugerlovgivning/konkurrencelovgivning

2.5.1. Forbrugerloven: Beskyttelse af forbrugerne særligt gennem regler for markedsføring samt regler for behandling af klager over mangelfulde varer og tjenesteydelser.

Krav om overholdelse af god markedsføringsskik. Denne markedsføringsmæssige generalklausul om god markedsføringsskik, der angår handlinger, der, selv om de ikke omfattes af lovens øvrige bestemmelser, er i strid med god markedsføringsskik, har den fordel, at dens indhold til stadighed kan undergå en udvikling således, at dette tilpasses ændringer inden for erhvervslivet og samfundet i øvrigt.

Under hensyntagen til befolkningstallet i Grønland blev det i forbindelse med forbrugerlovens udarbejdelse ikke fundet nødvendigt at etablere en decideret forbrugerombudsmandsinstitution.

2.5.2. Konkurrenceloven: Har til hensigt at fremme konkurrencen og styrke effektiviteten i produktionen samt forhindre misbrug af en dominerende stilling på et markedsområde ved størst mulig gennemsigtighed vedrørende konkurrenceforhold og ved foranstaltninger imod skadelige virkninger af konkurrencebegrænsninger.

Konkurrenceloven har både et generelt erhvervspolitisk sigte og et forbrugerrelateret sigte. I de byer, hvor man fuldt opnår markedsøkonomiske vilkår, eller hvor man opnår tilnærmet markedsøkonomiske vilkår, er hovedsigtet at fremme konkurrencen på markedet og dermed fremme effektiviteten inden for såvel produktion som handel. Derudover er det, hvor der på grund af særlige markedsøkonomiske forhold ikke er fri konkurrence, vigtigt at undgå, at der kan ske misbrug af en dominerende position på et markedsområde.

Dette søges sikret dels ved gennemsigtighed på markedet, og dels ved muligheder for indgreb mod konkurrencebegrænsninger og mulighed for indgreb mod misbrug af markedsdominans, hvor der ved gennemsigtighed forstås tilvejebringelse af adgang for producenter, forhandlere og forbrugere til at skaffe sig informationer om priser, forretningsbetingelser og andre oplysninger om konkurrenceforhold.

Det fremgår implicit af konkurrencelovens § 8, at Konkurrencenævnet i forbindelse med undersøgelser af konkurrenceforhold kan samarbejde med Forbrugerrådet. Det fremgår endvidere af bemærkningerne til § 8, at ”Det vil være hensigtsmæssigt, at der i visse sager eller undersøgelser benyttes sekretariatsbistand til Konkurrencenævnet fra Forbrugersekretariatet, idet det ville være uhensigtsmæssigt ikke at kunne gøre brug af den ekspertise, der er opbygget på dette område”. Samarbejde mellem

konkurrencemyndigheden og forbrugermyndigheden var således allerede overvejet i forbindelse med udarbejdelsen af den grønlandske konkurrencelov.

2.6. Evaluering af sammenlægningen af sekretariaterne

Det er Sekretariatets vurdering, at sammenlægningen af Forbrugerrådets sekretariat og Konkurrencenævnets sekretariat har været en god politisk beslutning, idet fordelene i væsentlig grad synes at overstige ulemperne.

Med sammenlægningen og den heraf følgende øgede økonomiske resursebevilling er begge sekretariater blev styrket mandskabsmæssigt.

2.6.1. Fordele

Forbrugeroplysning

På forbrugerområdet har sammenlægningen især betydet, at der har kunnet anvendes flere ressourcer til forbrugeroplysning. Således har det bl.a. været muligt at udgive en pjece om forbrugernes rettigheder og pligter, der på et letforståeligt sprog oplyser om retsstilling i forbindelse med forbruger køb, samt informerer om, hvor der kan klages, hvis der er opstået en uoverensstemmelse mellem en forbruger og en erhvervsdrivende.

Det er med det øgede mandskab i sekretariatet samtidig også blevet muligt at tilføje Forbrugerrådets eget blad Atuisoq endnu flere artikler med et specifikt grønlandsk perspektiv. Tidligere var forbrugerbladet præget af, at der ofte var taget udgangspunkt i danske artikler (fra det danske forbrugerråds blad "Tænk & Test"), der var søgt tilpasset de grønlandske forhold, hvorfor artiklernes relevans for de grønlandske forbrugere fra tid til anden var begrænset. Til forskel herfra søger sekretariatet nu selv at udarbejde flere artikler til bladet, idet der herved i videre udstrækning tages udgangspunkt i de problemstillinger, sekretariatet (oftest) støder på i det daglige arbejde – og emner, som Sekretariatet mener vil have den grønlandske befolknings særlige interesse.

Med etableringen af et større sekretariat har det også været muligt i højere grad at deltage i samfundsdebatten set med forbrugerøjne, idet Sekretariatet i højere grad har været rustet til i hurtigere grad, på Forbrugerrådets vegne, at udarbejde relevante pressemeddelelser, hvilket også har været med til yderligere at synliggøre Forbrugerrådet.

Øget kompetence

Med etableringen af Fællessekretariatet blev Forbrugerrådets sekretariatet hermed også styrket med egentlig juridisk og økonomisk kompetence, idet bevillingsforudsætningen for etableringen af Fællessekretariatet forudsatte ansættelse af 3 akademiske medarbejdere.

Samtidig betød sekretariatets personaleforøgelse, at der også er mandskabsoverskud til at tænke i innovative og visionære baner således, at også mere generelle overvejelser, såsom hvad Forbrugerrådet på sigt skal "udrette" for forbrugerne inddrages i Rådets og sekretariatets forbrugerarbejde.

Herudover har personaleforøgelsen medført, at Fællessekretariatet har løftet og fremover vil kunne løfte opgaver med større kompleksitet end tidligere, herunder gøre brug af en integreret juridisk- og økonomisk tilgang til de opgaver og problemer sekretariatet stilles overfor.

2.6.2. Ulemper (teoretiske såvel som praktisk erfaret):

Uklarhed om prioriterings og ressourcefordelingen

Ved etableringen af et eventuelt fællessekretariat kan det være svært præcist at få defineret, hvordan de personalemæssige ressourcer i praksis fordeles mellem konkurrence- og forbrugerorgan.

Herunder kan der i forbindelse med prioritering af konkurrence- og forbrugeropgaver også opstå problemer, idet det kan være svært på forhånd på tilstrækkelig hensigtsmæssig måde at beskrive den fremtidige opgaveprioritering.

Habilitetsproblemer

I Fællessekretariatet, der som tidligere anført også er sekretariat for Forbrugerklageudvalget, kan det muligt anføres, at et samlet sekretariat - i værste fald - kan være egnet til at påvirke Forbrugerklageudvalgets upartiskhed overfor erhvervslivet.

2.7. En redegørelse for økonomien

Fællessekretariatet har til de opgaver, der udspringer af Konkurrencenævnet, Forbrugerrådet og Forbrugerklageudvalget, en bevilling på kr. 3.7 mio.

Fællessekretariatet (fællesomkostninger for Konkurrencenævnet og Forbrugerrådet)

Personale og ekstern konsulentbistand (oversættelse)	1.738.000
Driftsomkostninger og kontorhold	<u>552.000</u>
I alt	<u>2.290.000</u>

Forbrugerbrugerrådet (budgetudgifter alene til Forbrugerrådet)

Formandshonorar	50.000
Mødeafholdelse + repræsentation	310.000
Nordisk samarbejde	64.000
Prisundersøgelse + undervisning	83.000
Materialeudgivelse m.v. ⁷	<u>310.000</u>
I alt	<u>817.000</u>

⁷ Herunder et landsdækkende forbrugerblad Atuisoq til udgivelse 3 gange årligt.

Konkurrencenævnet (budgetudgifter alene til Konkurrencenævnet)

Mødeafholdelse	108.000
Nordisk samarbejde	32.000
Konsulentbistand ⁸	443.000
Materialeudgifter + hjemmeside	<u>10.000</u>
I alt	<u>593.000</u>

Fællessekretariatets samlede budget i 2002 og 2003

Fælles	
Forbrugerrådet	2.290.000
Konkurrencenævnet	817.000
I alt	<u>593.000</u>
	<u>3.700.000</u>

Kommentarer:

Forbrugerrådet havde i 2001 en bevilling på kr. 973.000 (egen finanslovskonto) plus kr. 96.000 til rejseomkostninger (udgjorde en del af en finanslovskonto) i alt kr. 1.069.000.

Med etableringen af Fællessekretariatet havde Forbrugerrådet i 2002 et budget på kr. 817.000, jf. ovenfor, plus halvdelen af Fællessekretariatets udgifter til personale, drift og kontorhold kr. 1.145.000 (0,5 x 2.290.000) i alt kr. 1.962.000.

Der er således tale om, at Forbrugerrådets budget ved etableringen af Fællessekretariatet i 2002 er steget med kr. 893.000.

Anskuet fra en anden vinkel kan etableringen af Fællessekretariatet illustreres ved, at Forbrugerrådet i 2001 havde kr. 1.069.000 til aktiviteter og drift af sekretariat, mens Forbrugerrådet i 2002 havde kr. 817.000 alene til aktiviteter, idet Forbrugerrådets andel af drift af sekretariatet, herunder lønninger og kontoromkostninger, ikke indgår i de anførte kr. 817.000.

2.8. Officiel politisk holdning

Spørgsmål om landsstyrets holdning til forbrugerområdets integrering og forvaltning i forhold til konkurrenceloven og dens forvaltning: P.t. ikke mulig at besvare, idet der i den tid Fællessekretariatet har eksisteret, har været flere (4) Landsstyrekoalitioner, der i deres forholdsvis korte perioder har haft fokus på andre samfundspolitiske temaer,

⁸ Udgifter til konsulentbistand består af de udgifter, der er forbundet med Konkurrencenævnets samarbejdsaftale med Konkurrencestyrelsen i Danmark angående sekretariatsbistand, samt udgifter til advokater i anledning af sager anlagt mod Konkurrencenævnet.

herunder selvstændighed og vejen til økonomisk uafhængighed, hvorfor konkurrence- og forbrugerområdet ikke har nydt den store politiske bevågenhed.

2.9. Erhvervslivets holdning til forbrugerlovgivning

Det er sekretariatets vurdering, at erhvervslivet i altovervejende grad efterlever den gældende forbrugerlovgivning. Sekretariatet er ikke bekendt med erhvervslivets holdning til fusionen af Forbrugerrådets- og Konkurrencenævnets sekretariat.

2.10. Sammenfatning

Lovgivning: Der findes en forbrugerlov for god markedsføring, herunder regler om gennemsigtighed og vareoplysning. Heri er også regler om klagenævn. Loven er fra 1986.

Forbrugeroplysning: Sekretariatet, som er fællessekretariat for forbruger- og konkurrenceområdet lægger stor vægt på oplysning og producerer meget materiale.

Officiel politisk holdning: Området er højt prioriteret, og forbrugerafdelingen har ingen negative erfaringer ved at dele sekretariat med konkurrencemyndigheden, og bemærker, at forbrugerområdet formentlig nyder højere prioritet i Grønland end konkurrenceområdet.

Forbrugerens repræsentation: Forbrugeren bliver repræsenteret ved det offentlige system. Der findes ingen frivillig forbrugerorganisering. Det har der aldrig været.

Erhvervslivets holdning: Man er ikke bekendt med erhvervslivets holdning.

Organisering: Forbrugerområdet og konkurrenceområdet har hver sin lovgivning og hver sit overordnede selvstændige råd udpeget af ministeren på området i henhold til gældende lov. Områderne har et fællessekretariat, men bevillingerne er adskilte. Man har overvejende gode erfaringer af sammenlægningen.

Økonomi: Der er afsat tilstrækkeligt med penge til området, og sammenlægningen af de to områder er en fordel, såvel økonomisk som praktisk.

2.11. Konklusion

Den politiske prioritering med medfølgende lovgivning og økonomisk bevilling er tilfredsstillende. Organisationen af forbrugerområdet i offentligt regi som en selvstændig myndighed, men med fællessekretariat med konkurrencemyndigheden fungerer upåklageligt. Man har ingen erfaring med en aktiv frivillig forbrugerorganisation. Forbrugerpolitikken er topstyret. Kunne nok ønske sig større aktivitet fra forbrugerside.

3. Island

Befolkning pr. 31.12.2003: 290.570

Bruttonationalprodukt, år 2001, pr. beboer i Isl.kr.: 2.614.199

Bruttonationalprodukt, år 2001, pr. beboer i US\$: 26.740

3.1. Lovgivning

3.1.1. Købeloven.

Altinget vedtog i året 1922 købelov bygget over den gældende danske købelov. I gennem mange år kæmpede Neytendasamtökin for at få en ny købelov, idet den gældende mere behandlede forholdet mellem en gros og detailhandel end forholdet mellem forbruger og detailhandel. Tillige var mange af bestemmelserne i loven uklare ud fra en forbrugersynsvinkel, og mange af de forbrugerrettigheder, som fandtes i andre nordiske købelove fandtes ikke i denne. Endelig vedtog Altinget en ny købelov i året 2000, og den er efter norsk forskrift. Samtidig blev en ny lov om tjenestekøb vedtaget. Dette år (2003) gik man tillige et skridt længere, idet Altinget vedtog en lov om forbruger køb. På dette lovområde er de islandske forbrugere godt beskyttede efter Neytendasamtökens mening.

3.1.2. Markedsføringslov/Konkurrencelov

Der findes ikke en speciel markedsføringslov, men i kapitel VI i konkurrenceloven⁹ findes der de vigtigste bestemmelser, som findes i de nordiske markedsføringslove. Der findes ikke i lovgivningen regler om forbrugerombudsmand eller om klagenævn.

3.1.3. Andre forbrugerlove.

I mange år kæmpede Neytendasamtökin for at få mange andre vigtige forbrugerlove, men uden resultat. Da Island tilsluttede sig EØS - aftalen mellem EFTA og EU, forpligtede Island sig til at vedtage mange af de inden for EU gældende love på forbrugerområdet, såsom: Lov om fjernsalg, lov om køb på afbetaling, lov om produktansvar, lov om produktsikkerhed, lov om bankaftaler og lov om pakkerejser.

I året 1978 blev vedtaget lov om konkurrencebegrænsninger og lov om uretmæssig markedsføring og forbrugerbeskyttelse. Den største ændring for forbrugerne var kapitlet om kontrol med uretmæssige forretningsskikke. Dette kapitel er bibeholdt i konkurrenceloven, som blev vedtaget 1993.

3.2. Organisering: Konkurrencestyrelsen (Samkeppnisstofnun)

Forbrugerpolitikken hører under Handelsministeriet. Det er konkurrencestyrelsen, der har ansvaret for håndhævelse af konkurrenceloven og dermed også for håndhævelsen af bestemmelsen om uretmæssig forretningsskik, som i særlig grad er møntet på

⁹ Samkeppnislög nr. 8 frá 25. febrúar 1993

forbrugerbeskyttelse. Styrelsen er desuden håndhævende myndighed for de fleste love, som blev vedtaget i forbindelse med tilknytningen til EØS - aftalen, som nævnt ovenfor.

Det er handelsministeren som udpeger direktøren for Konkurrencestyrelsen ligesom ministeren også udpeger konkurrencerådet, ifølge konkurrenceloven (se § 6). Desuden udpeger han medlemmer til annonceudvalget, som er rådgivende for konkurrencerådet (se § 7). En repræsentant fra Neytendasamtökin er blandt de tre som sidder i annonceudvalget.

Der findes ikke specielle forbrugerinstitutioner i Island inden for offentligt regi. Foruden konkurrencestyrelsen findes der Ackredierings- og metrologistyrelsen, der har tilsyn med og håndhæver lov om produktsikkerhed samt har tilsyn med EI-sikkerhed. Disse forvalter foruden andre opgaver også til dels forbrugerbeskyttelsesopgaver.

Der findes ikke inden for offentlig regi forbrugerklagenævn, men det offentlige støtter økonomisk den frivillige forbrugerorganisation Neytendasamtökens arbejde gennem en tjenesteaftale med handelsministeriet om socialydelser i forbindelse med:

- Rådgivning til forbrugere om deres retslige stilling i forbrugerkøb
- Behandling i klagecentralen for at undgå domstolsbehandling.
- Behandling i frivillige klagenævn hvis mægling hos klagecentralen ikke lykkes.
- Behandling i ”Clearing house” (klagesager over grænser på EØS-området).

3.3. Frivillige interesseorganisationer.

Neytendasamtökin blev dannet i året 1953. Hovedformålet med dannelsen af organisationen var at:

- overvåge forbrugernes interesser gennem forbedret lovgivning og påvirke myndigheder og erhverv,
- give forbrugerne råd og oplysninger, og
- hjælpe forbrugerne med klagesager

Klagenævn

Neytendasamtökin har en tjenesteaftale med handelsministeriet om, at Neytendasamtökin skal drive en klagesagscentral, som står åben for alle forbrugere (ikke bare medlemmer af Neytendasamtökin).

Neytendasamtökin har i samarbejde med forskellige brancher fået oprettet i alt syv frivillige klagenævn. Disse er med Industriens forbund, forsikringselskaber, pengeinstitutioner, rejsebureauer, tandlæger, købmandsforbundet og tøjrenserier .

Klagenævnene bygger alle på samme princip: Neytendasamtökin og sælgere udpeger hver en repræsentant i hvert klagenævn (to i hvert klagenævn med pengeinstitutioner), og handelsministeren udpeger en uafhængig formand, (Trafikministeren udpeger formand for klagenævnet med rejsebureauer).

På grund af vanskeligheder med at nå til enighed med visse brancher om oprettelse af klagenævn og behandling af klager, overvejer Neytendasamtökin at henvende sig til handelsministeren om evt. lovgivning om klagenævn.

Desuden har Neytendasamtökin "Clearing-house", som er en klagesagscentral for køb over grænserne på EØS-området. Det koster Neytendasamtökin omkring 25 mill. ISK at drive klagesagscentralen.

I følge tjenesteaftalen får Neytendasamtökin 10 mill. ISK fra Altinget og omkring 1,5 mill. fra EU (på grund af "Clearing-house"). Det betyder, at der må tages omkring 13,5 mill. ISK af medlemskontingentet til at opretholde denne vigtige forbrugerbeskyttelse.

3.4. Forbrugerrepræsentation i råd og nævn.

Repræsentation af forbruger/erhverv i offentligt nedsatte råd, nævn m.v., herunder spørgsmålet om objektivitet/uafhængighed i beslutningstagende organer. Dvs. om fordele og ulemper.

Neytendasamtökin er repræsenteret i følgende råd/udvalg:

- Annonceudvalget
- Islands standardiseringsråd
- Styrelsen af Svanen – det nordiske miljømærke
- Rådet for miljøinformation.

Det har været Neytendasamtökens politik, at være meget kritiske overfor, i hvilke råd/udvalg organisationen har medlem repræsenteret. Blandt andet blev dette spørgsmål rejst, da priser på landbrugsvarer skulle fastsættes af et specielt udvalg. Foreningen sagde nej til deltagelse, dersom det ville svække den i den nødvendig kritik.

Det er foreningens mening, at forbrugerorganisationer bør ikke deltage i råd/udvalg, hvis det indebærer en risiko for at uafhængigheden sættes over styr, eller organisationen bindes på anden måde.

Neytendasamtökin bliver adspurgt og repræsenteret i udvalg i forbindelse med lovgivningsarbejde angående forbrugerspørgsmål.

3.5. Organisationsforhold: Forbrugerlovgivning/konkurrencelovgivning

Konkurrence- og markedsføringslov er på mange måder vidt forskellige.

Konkurrencestyrelsen på Island har to vidt forskellige funktioner, som varetages af henholdsvis en konkurrence- og en forbrugerafdeling. Konkurrencestyrelsen skal for det første virke som politi overfor erhvervsvirksomheder, dvs. den skal sikre, at virksomhederne ikke laver ulovlige indbyrdes aftaler, der sætter den frie konkurrence på markedet ud af kraft. Virksomhederne må ikke misbruge deres stærke økonomiske stilling på markedet til skade for konkurrencen og dermed for forbrugerne.

Den anden opgave, konkurrencestyrelsen har, er at have kontrol med uretmæssig forretningsskik. Arbejdet består her i at hindre uretmæssig annoncering, forkerte og mangelfulde oplysninger og anden uretmæssig markedsføring over for forbrugerne. Det er denne opgave forbrugerombudsmand i de øvrige nordiske lande har, foruden at disse også har andre opgaver, så som i samarbejde med erhvervslivet at udforme vedtægter og

etiske regler gældende på markedet. En anden opgave vil være af egen drift at tage sager op og lave undersøgelser på områder, hvor de synes det er nødvendigt. Sådanne opgaver har konkurrencemyndigheden ikke hidtil påtaget sig.

Arbejdsopgaverne, som konkurrencemyndigheden har fået tillagt, er således vidt forskellige både for så vidt angår formål som indhold, afhængig af, om det er den frie konkurrence, der skal opretholdes, eller om det er sikringen af retmæssig markedsføring.

3.6. Evaluering af organiseringen

Evalueringen sker ud fra de forhold, som er anført ovenfor, og Neytendasamtökens egne overvejelser, om hvordan det er gået i Island med en forbrugerafdeling i Konkurrencestyrelsen.

For det første er konkurrencestyrelsen for lille en institution til at udføre det arbejde, den er pålagt inden for såvel konkurrence- som forbrugerområdet.

Dertil kommer, at fra Neytendasamtökens synspunkt prioriteres konkurrencedelen meget højere end forbrugerdelen, hvilket vil sige, at forbrugerafdelingen taber af at være underlagt samme myndighed som konkurrenceafdelingen. Manglende resurser gør, at forbrugerdelen bliver forsømt i forhold til konkurrencedelen. Det viser eksempelvis de sidste års store sager om ulovlige aftaler inden for henholdsvis forsikringsområdet, engrossalget med frugter og grønsager og salget af benzin og olie. Behandlingen af disse store sager har krævet en stor del af Konkurrencestyrelsens resurser, heriblandt også af medarbejdere fra forbrugerafdelingen.

Ikke kun resurseangel kan medføre skævvridning i prioritering af arbejdsopgaver, men også interessekonflikter mellem forbruger- og konkurrenceområdet kan betyde, at det område, der prioriteres højest, behandles på bekostning af det andet, og her på Island er det efter Neytendasamtökens mening, konkurrenceområdet, der får førsteprioritet i konkurrencestyrelsen.

Forbrugerafdelingen behandler hovedsagelig klager om annonceringer. De fleste klager er klager fra virksomhed over konkurrenters opførsel på markedet. Indirekte kommer disse klager også forbrugerne til gode. Der kommer også klager fra både forbrugere og Neytendasamtökin, men de er i et mindretal.

Forbrugerafdelingen forhandler ikke med erhvervslivet og forbrugerrepræsentanter om vedtægter og etiske regler og holder ikke tilsyn med utilbørlige vilkår men tager imod klager, undersøger dem og tager afgørelser. Neytendasamtökin fører dog så meget tilsyn med dette område som muligt. Men dette område er forsømt og vil være oplagt område at arbejde med, f.eks. for en forbrugerombudsmand eller anden myndighedsperson, som kunne arbejde med det formål at sikre forbrugernes stilling på markedet, og ikke tillige behøvede at tage hensyn til de tit ret komplicerede konkurrencevinkler i behandlingen af sagerne.

Neytendasamtökin ønsker en forbrugerombudsmand til at varetage forbrugernes interesser. Denne ville gøre området mere synligt og dermed påkalde myndighedernes og politikernes interesse således, at forbrugerpolitikken blev højere prioriteret på officielt og politisk plan.

3.7. En redegørelse for økonomien

At redegøre for økonomien og hvilke resurser der anses rimelige at anvende for at opnå en tilfredsstillende varetagelse af forbrugerområdet er vanskeligt, idet forbrugerpolitik/-arbejde indgår på mange områder og i mange sammenhænge, miljø, mad m.v., men forbrugerforeningen Neytendasamtökin redegør her for, hvad den anser som et minimumkrav af arbejdskraft indenfor området i Island:

Hos forbrugerafdelingen i Konkurrencestyrelsen behøves mindst tre stillinger, (nu er der to stillinger).

Hos Neytendasamtökin behøves der mindst 14-15 stillinger, (nu er der otte stillinger). Dette betyder at i stedet for indtægter på 54 mill. ISK hos Neytendasamtökin behøves mindst 95 mill. ISK. pr. år.

3.8. Officiel politisk holdning

Spørgsmål om regeringens holdning til forbrugerområdets integrering og forvaltning i forhold til konkurrenceloven og dens forvaltning:

Neytendasamtökin har længe krævet, at der oprettes et nyt embede, nemlig en forbrugerombudsmand, som skal tage sig af de opgaver, som forbrugerafdelingen i konkurrencestyrelsen nu tager sig af, men endnu er det ikke lykkedes at få dette gennemført.

3.9. Erhvervslivets holdning.

Samspillet og modspillet mellem forbrugere og erhvervsliv er i det hele taget i et godt system. Der er selvfølgelig ofte uenighed, men heldigvis kan der også samarbejdes.

Alment kan siges, at erhvervslivet har en positiv holdning til forbrugerlovgivning. Selvfølgelig prøver erhvervslivet at få det frem, som de ønsker, men det gøres også fra forbrugernes side. Men oftest finder man et fornuftigt kompromis.

Men det sker stadig oftere, at erhvervslivet modsætter sig lovgivning på områder, der af forbrugerne anses for væsentlige. Der stiles derfor ofte efter frivillige overenskomster mellem forbrugerorganisationer og erhvervsliv.

Erhvervslivet har ikke taget stilling til, om en forbrugerombudsmand er en god ide.

3.10. Sammenfatning

Lovgivning: Der findes regler om konkurrence og uretmæssig markedsføring i en og samme lov. Loven er mangelfuld derved, at den overordnede myndighed for begge områder er konkurrencestyrelsen og ikke en uafhængig forbrugermyndighed for forbrugerdelen, som f.eks. en forbrugerombudsmand. Der findes ingen lov om klagenævn, men klager behandles for det meste hos Neytendasamtökin's klagesentral, og en mindre del henvises til klagenævn, som Neytendasamtökin forestår sammen med erhvervslivet.

Forbrugeroplysning: Den frivillige forbrugerorganisation Neytendasamtökin har en aktiv forbrugeroplysning i form af blad og hjemmeside. Der er ingen offentlig myndighed, der har denne opgave.

Officiel politisk holdning: Området er ikke tilstrækkelig højt prioriteret. Det bliver forsømt og frataget resurser på grund af konkurrenceområdets højere politiske prioritet.

Forbrugerrepræsentation: Forbrugeren bliver repræsenteret af den aktive frivillige forbrugerorganisation. Dertil er forbrugerområdet også institutionaliseret inden for det offentlige, nemlig inden for konkurrencestyrelsens regi. .

Erhvervslivets holdning: Foretrækker ordninger der bygger på frivillige aftaler i stedet for lovgivning.

Organisering: Forbrugerområdet er organiseret sammen med og under konkurrencestyrelsen. Dette er meget uheldigt og medfører, at forbrugerområdet ikke bliver profileret som det bør og ikke får tilført tilstrækkelig resurser, idet disse hovedsagelig anvendes til konkurrenceområdet.

Økonomi: Der er ikke afsat tilstrækkeligt med penge til, at området kan blive varetaget tilfredsstillende.

3.11. Konklusion

Den politiske prioritering er ikke tilfredsstillende. Lovgivningen er stort set på plads, men de økonomisk bevillinger er ikke tilstrækkelige. Organisationen af forbrugerområdet er ikke tilfredsstillende, idet forbrugerområdet ikke er en selvstændig myndighed, men underordnet konkurrencemyndigheden og tillige deler bevillinger og sekretariat med dette.

Der findes en aktiv frivillig interesseorganisation, Neytendasamtökin, der får finansiel støtte fra det offentlige, som dækker omkring 60% af udgifterne af at drive en klagecentral for forbrugerne. Men denne støtte kan ikke alene tage vare på det nødvendige forbrugerbeskyttelsesarbejde, og der ønskes en større politisk vilje til en omorganisering af forbrugerområdet som et selvstændigt interesseområde samt en forbrugerombudsmand.

Kap.5. Ligheder og forskelle Grønland, Island og Færøerne

1. Lovgivning

Lovgivningen om god markedsføringsskik har i Island været gældende siden 1978 med senere ændringer og i Grønland siden 1986 med senere ændringer. I Færøerne findes denne lov endnu ikke.

2. Klagenævn

I såvel Island som Grønland bliver forbrugerklager behandlet i forbrugerklagenævn. I Island har den frivillige forbrugerorganisation med offentlig økonomisk støtte påtaget sig denne opgave og har også stået for sammen med erhvervslivet at få frivillige klagenævn indenfor forskellige erhvervsgrøene i stand. I Grønland varetages klagebehandling af det offentligt nedsatte forbrugerklagenævn. I praksis behandles de fleste klager her dog af rådets sekretariat. På Færøerne findes ingen forbrugerklageinstans.

3. Forbrugeroplysning

Såvel i Grønland som i Island lægges stor vægt på forbrugeroplysning. Hvor oplysning i Grønland varetages af forbrugerrådets sekretariat, står Neytendasamtökin for hoveddelen af denne i Island. I Færøerne har ingen myndighed eller frivillig interesseorganisation denne opgave, hvorfor ingen koordineret forbrugeroplysning findes.

4. Forbrugerrepræsentation

Island har en stærk frivillig forbrugerorganisation, der har påtaget sig en stor del af det forbrugerpolitiske arbejde. Organisationen får offentlig finansiel støtte, men kun til at drive en klagecentral. På Grønland findes ingen frivillig interesseorganisation og på Færøerne findes en interesseorganisation oprettet med det formål at få forbrugerpolitik på den politiske dagsorden.

5. Organiseringen

5.1. Konkurrencemyndigheden/forbrugermyndighed

I Island findes forbrugerbestemmelserne om god markedsføringsskik m.v. i konkurrenceloven. Samtidig hermed har man også bestemt, at det er konkurrencestyrelsen, der er ansvarlig for lovens administration og overholdelse. Det

betyder med andre ord, at konkurrencemyndigheden har hovedansvaret for at påse såvel overholdelse af reglerne om konkurrence som reglerne om god markedsføringskik.

I Grønland har man en selvstændig forbrugerlov, og øverste myndighed er forbrugerrådet. Øverste myndighed for konkurrenceområdet er konkurrencerådet, nedsat i henhold til konkurrenceloven.

Hverken Grønland eller Island har en forbrugerombudsmand, men Island har et stærkt ønske herom.

I Færøerne har konkurrencerådet ansvaret for konkurrencelovens overholdelse, og der findes ikke en forbrugerlovgivning tilsvarende de andre landes markedsføringsbestemmelser.

5.2. Sekretariat, interessekonflikt og profilering

I Grønland er sekretariaterne for henholdsvis konkurrenceområdet og forbrugerområdet lagt sammen til et fælles sekretariat efter tidligere at have været adskilt, men bevillingerne til hvert område er adskilt. Man er i Grønland tilfreds med ordningen, der har medført besparelser, men samtidig også har styrket sekretariatets kompetence med den større bredde i specialviden, som hver afdeling er udstyret med, henholdsvis især juridisk sagkyndige fra forbrugerafdelingen og økonomisk sagkyndige fra konkurrenceafdelingen.

Man har ikke haft interessekollisioner, og forbrugerområdet har ikke lidt skade ved sammenlægningen af sekretariaterne. Hver afdeling har fortsat egen selvstændig øverste myndighed med sekretariatets direktør som leder for begge afdelinger. Det bemærkes, at forbrugerområdet på Grønland er særlig højt prioriteret i forhold til konkurrenceområdet. En forklaring herpå kan være særlige grønlandske forhold med betydelige behov for forbrugeroplysning inden for særlige områder så som folkesundhed.

Profileringen af forbrugerpolitikken dækkes af personalet på sekretariatet, og der har ikke været væsentlige problemer knyttet til, at afdelingerne har en fælles direktør.

I Island er der delte meninger om at både konkurrence- og forbrugermyndighed er samlet i én institution. Ifølge Neytendasamtökin's opfattelse bør disse myndigheder skilles ad, men handelsministeren er ikke enig i denne opfattelse. Ifølge Neytendasamtökin har manglende resurser til forbrugerområdet og en højere prioritering af konkurrenceområdet medført, at forbrugerområdet ikke er blevet tilfredsstillende varetaget. Dette har man erfaret flere gange, ligesom man også mener, at håndteringen af opgaverne kan påvirkes af modstrid mellem forbruger- og erhvervsinteresser.

Profileringen af forbrugerområdet bliver på grund af disse uklarheder og denne utilfredshed ikke høj nok.

I Færøerne har man erfaring for, at forbrugerinteresser ikke nyder særlig politisk opmærksomhed, som jo også afspejler sig i den manglende lovgivning. Man vil derfor nok være på vagt overfor en sammenlægning ind under konkurrencestyrelsen, hvilket dog ikke bør udelukke et sekretariatsmæssigt samarbejde.

5.3. Økonomi

Økonomiske resurser afspejler den politiske prioritet området får, og bliver derfor også afgørende for, hvordan området varetages, og hvor stor tilfredsheden er blandt de ansatte. I Grønland har man en bevilling, som man er tilfreds med, mens den islandske frivillige organisation, der står for såvel oplysning som klagenævnshandling, lider under økonomiske problemer. Og den offentlige forbrugerafdeling under konkurrencestyrelsen har også påtrængende behov for flere resurser.

Bortset fra, at forbrugerområdet er højt prioriteret i Grønland modsat i Island, så er en væsensforskel i behandlingen af forbrugersager inden for disse lande, at der i Island ikke i lovgivningen er sket en klar afgrænsning og dermed tydelig prioritering af forbrugerområdet. Dette fremgår af, at man har overladt til konkurrencestyrelsen, der har en opgave væsensforskellig fra forbrugerområdet at varetage også forbrugerområdet. Og den forskellige prioritering afspejler sig også i resurserne.

På Færøerne er ingen penge afsat til forbrugerområdet.

Kap.6. Det nære samfund

Alles kendskab til alle kendetegner det nære samfund. Denne begrundelse bliver tit brugt som forklaring på at afstå fra handling, som ellers kunne synes nødvendig. Mere sjældent bliver netop det nære samfunds særkender fremhævet som begrundelse for, at handling er nødvendig.

Den mest almindelige begrundelse for manglende politisk prioritering af forbrugerområdet i

Færøerne f.eks. er, at denne er unødvendig. Alle kender alle, et budskab kan relativt nemt udbredes til hele befolkningen, oplysninger om brodne kar rygtes hurtigt, og uoverensstemmelser ordnes i mindelighed, siges der.

Men man ikke er tilbøjelig til at se svaghederne og selvundertrykkelsen i det nære samfund. Den højere tolerancetærskel for klager i forbindelse med køb af forbrugsvarer og tjenester o.a., og den almindelig tendens til ikke at være så opmærksom på egen ret, skyldes ikke kun disse menneskers godhed og næstekærlighed, men også deres egen forståelse og indsigt i faren for at komme til at fremstå som kværulerende og smålige.

I takt med påvirkningen fra udlandet, afstanden mellem sælger- og køberinteresser, vinder fremmedgørelsen imidlertid også indpas i det lille samfund. Den lille købmand med den daglige kontakt med sine kunder, er i hurtigt tempo i forbindelse med den voldsomme forøgelse i forbrugsniveauet, blevet udskiftet med større virksomheder, og forbrugsmønstret og de hermed forbundne interesser har undergået betydelige ændringer.

Denne ændring har også i Færøerne udmøntet sig i en forbrugerbevidsthed, hvor det nu er mere legitimt at klage over dårlige og kostbare reparationer, mangelfulde varer, indviklede og uoverskuelige salgstilbud og salgsbetingelser. Et bevis herpå er, at der nu endnu engang forsøges med en frivillig forbrugerforening i Færøerne, hvis formål denne gang er at vække politikernes opmærksomhed for forbrugerbeskyttelse. Gennemsigtighed og nem kommunikation har såvel fordele som ulemper, og bør i dag ikke kunne begrunde fraværet af en aktiv forbrugerbeskyttelsespolitik.

Spørgsmålet burde herefter ikke være, om der er behov for en aktiv forbrugerpolitik med tilhørende lovgivning også i disse små nordiske samfund, men om, hvor store resurser der bør afsættes til området. Og spørgsmålet om resurser knytter sig også til måden, man vælger at indrette sig på organisatorisk.

Kap.7. Konklusion

1. Evaluering af forskellen mellem Grønland/Island

Der er formentlig flere forklaringer på den forskellige prioritering af forbrugerområdet inden for henholdsvis Grønland og Island, men uden nærmere at forsøge at forklare disse, er det øjensynligt, at udviklingen inden for forbrugerbeskyttelsesarbejdet er væsensforskellig i disse to lande.

I Island har der været en aktiv forbrugerbevægelse siden 1953, og stadig kæmper man for at få økonomiske midler til at opretholde det nødvendige forbrugerarbejde, som forsømmes af det offentlige. Man har endnu ikke fået en særlig forbrugerlovgivning, men har blot suppleret gældende konkurrencelov med nogen bestemmelser hentet fra markedsføringslovgivning, der er gældende i det øvrige Norden, og må finde sig i, at det er konkurrencerådet, der er oprettet til en helt anden opgave, der også har tilsyn med forbrugerområdet. Konkurrencerådet er den administrativt ansvarlige og tilsynsførende myndighed også på forbrugerområdet og bestemmer overfor sekretariatet, hvordan opgaverne prioriteres.

Erfaringen fra Island med denne ordning er nedslående. Der er ikke tilstrækkeligt med midler til forbrugerområdet, der bliver forsømt til fordel for konkurrenceområdets opgaver. Forbrugerområdet er lavere prioriteret end konkurrenceområdet, og den organisationsmæssige uklarhed vanskeliggør en profilering af forbrugerpolitikken. Man har heller ikke i Island en lovgivning for klagenævn, som de frivillige stadig tager vare på.

I Grønland, hvor der aldrig har eksisteret en nævneværdig aktiv forbrugerbevægelse, der har stillet krav om en politik på området, har man imidlertid fra officielt hold været opmærksom på behovet for en aktiv forbrugerpolitik, og har afsat de nødvendige midler til en decideret forbrugerlovgivning med tilhørende sekretariat samt tilstrækkeligt med penge. Det er også bemærkelsesværdigt, at man i det befolkningsmæssigt underlegne Grønland i forhold til Island tager fat på forbrugerpolitikken, mens man Island, med et langt større forbrug og flere erhvervsvirksomheder på markedet, endnu ikke har en selvstændig myndighed til at administrere forbrugerlovgivningen og påse dens overholdelse.

Altså to lande med hver sin tilgang til forbrugerpolitikken også set ud fra tilstedeværelsen af aktive forbrugere, et land med begrænset forbrugerbevidsthed modsat et land med høj forbrugerbevidsthed.

Man kan måske ikke udlede meget andet heraf, end at forbrugerbevidsthed i befolkningen i form af frivillige aktive forbrugerorganisationer ikke nødvendigvis er en forudsætning for en aktiv officiel forbrugerpolitik eller modsætningsvis, at en aktiv interesseorganisation ikke nødvendigvis påvirker politikernes prioritering af området. Forklaringen kan være at finde i interesseorganisationers natur, som netop er at afdække menneskelige behov, som landets styrende organer enten ikke har fået øje på eller ikke

prioriterer højt nok. Men der er ikke uenighed mellem Grønland og Island om, at en vellykket officiel forbrugerpolitik forudsætter aktive forbrugere.

2. Evaluering af Færøernes situation i forhold til Grønlands og Islands

Hverken Grønlands eller Islands forhold kan direkte overføres til færøske forhold. Færøerne er i en tredje situation. Færøerne har ingen forbrugerlovgivning, ingen offentlig forbrugermyndighed, ingen klagenævn, og der er ingen penge afsat til at støtte frivillige interesseorganisationer på området.

Nedenstående bliver således for Færøernes vedkommende en beskrivelse af, hvilken fremtidig ordning Færøerne bør beslutte sig til, henset til de indhøstede erfaringer fra henholdsvis Grønland og Island

Færøerne har tidligere haft en frivillig interesseorganisation, men denne led døden på grund af manglende støtte fra politisk hold, såvel lovgivningsmæssigt som økonomisk, selvom foreningen kunne dokumentere forbrugernes behov for organisationens fortsatte virke. Forbrugerbevidstheden findes i befolkningen, og kommer med mellemrum til syne i dagspressen. Den har nu endnu en gang givet sig udtryk i en frivillig forbrugerorganisation, hvis formål alene er at skabe opmærksomhed om dette forsømte område og vække politikernes interesse for området. Der er en spirende politisk opmærksomhed for området.

Erfaringsmaterialet fra Grønland og Island viser hvor stor betydning en klar definition af forbrugerområdet har, såvel lovgivningsmæssigt, organisatorisk som økonomisk. En afgrænsning der ikke blot er en nødvendig forudsætning for en fornuftig udbygning af området, men som også er udtryk for den politiske prioritering området får – og bør have i et moderne markedsstyret samfund som det færøske.

Om markedsføringslovgivningen udfærdiges som en selvstændig lov eller inkorporeres i en anden lov er mindre vigtigt, men det er vanskeligt at se fornuften i at inkorporere denne i f.eks. konkurrenceloven, medmindre konkurrencemyndigheden også er tiltænkt som den administrative og tilsynsførende myndighed.

Da erfaringen fra Island og også utallige andre undersøgelser understreger nødvendigheden af at acceptere forbrugerområdet som et selvstændigt område med egen tilsynsførende myndighed, bør der laves en egen markedsføringslov, hvor det samtidig bestemmes, hvem der administrerer loven og hvem der er tilsynsførende. På samme måde bør der i forbrugeklagenævnsløven bestemmes, hvem den behandlende myndighed er.

Forbrugerområdet ligger på den anden side tæt op ad mange af de opgaver, som konkurrencemyndigheden beskæftiger sig med, og et fælles sekretariat for disse to myndigheder har i mange lande vist sig at være en fornuftig løsning. En sammenlægning er såvel økonomisk besparende, som den også øger sekretariatets kompetence. De forskellige fagområder, som kendetegner områderne hver især, kan forenes og være hinanden til inspiration og nytte. En forudsætning for et givtigt samarbejde er, at der også her opretholdes en klar opgavedeling og opdeling af bevillingerne.

Tillige er det af betydning, at man straks gør sig klart, hvorledes profileringen udadtil skal håndteres, idet en uklarhed på området kan skabe signalforvirring om, hvilke interesser der varetages.

Man bør heller ikke undervurdere den fælles interesse, der er imellem erhvervsliv og forbrugere, og at der utvivlsomt med fordel på nogen områder kan samarbejdes på en måde, som tjener begge grupper. Specielt for forbrugerområdet vil det kunne være en fordel og en styrkelse af dettes profil, at kunne synliggøre sig ikke kun som en modsætning til erhvervslivet med også som en positiv og fornyende medspiller.

3. Evaluering af organisationsform

Island og Grønland har indrettet sig forskelligt hvad angår organiseringen af forbrugerområdet i forhold til konkurrenceområdet. I Island er områderne under en og samme myndighed, mens de i Grønland er under hver sin myndighed. Erfaringen fra Island ud fra forbrugerforeningen Neytendasamtökin's synspunkt er, at denne fusionering ikke har fungeret godt, og at områderne bør adskilles. I Grønland mener man, at ordningen med at holde områderne adskilt, men dog med et fælles sekretariat, har fungeret godt.

3.1. Dansk rapport fra 1998 om fusion af forbrugerstyrelsen/konkurrencestyrelsen

Måske mest af besparelseshensyn, men også af andre grunde, dukker der i diverse lande i Europa, hvor forbrugerpolitik/konkurrencepolitik diskuteres, med jævne mellemrum forslag op om fusionering af disse to områder. Områderne er i nogen lande adskilte med egen ansvarlig myndighed og eget sekretariat og andre steder fusioneret helt eller delvis. Den danske regering fik således også som led i rationaliseringsplaner i 1999¹⁰ foretaget en undersøgelse for at klarlægge, om en fusion mellem den danske forbrugerstyrelse og konkurrencestyrelsen ville være hensigtsmæssig. Rapporten skulle bl.a. klarlægge, om der eksisterer grænseflader mellem forbruger- og konkurrenceområdet, der tilsiger en synergieffekt, som kan tale for øget samspil og samarbejde mellem de to styrelser.

Rapporten henviser til undersøgelser i udlandet og redegør for, at valget mellem fusion/ikke fusion i høj grad bliver et spørgsmål om værdier og vægtlægning, og at kendetegnende for de enkelte lande er, at de valgte løsningsmodeller bærer præg af nationalt betingede administrative og politiske traditioner.

Rapporten redegør for, at der er to holdningsmæssig betinget forskellige opfattelser, der gør sig gældende i forbindelse med vurdering om fusion, set i lyset af dagens liberaliseringer, teknologiske udvikling, ændrede handelsmønstre, og en fortsat stadig mere heterogen og kompliceret markedsadfærd og -struktur. Nogen ser udviklingen som et udtryk for, at der er behov for at de to området står langt stærkere og mere klart profileret på hvert sit selvstændige område. Andre ser udviklingen på markedsområdet som, at afstanden mellem forbrugerpolitikken og konkurrencepolitikken bliver stadig kortere, hvilket understøtter argumenterne for en fusion.

¹⁰ Erhvervsministeriets undersøgelse af 30. sept. 1999 af fordele og ulemper ved en sammenlægning af Forbrugerstyrelsen og Konkurrencestyrelsen.

Begge synspunkter kan fastholdes, siges der, idet det er et spørgsmål om vægtning, når fordele og ulemper ved fusion/deling skal vurderes. Fælles for begge er dog en erkendelse af de to politikområders (forbrug/erhverv) stigende betydning i relation til udviklingen i erhvervslivet og i samfundet i øvrigt.

Spørgsmålet om fusion behandles i rapporten ud fra følgende:

- Kan der ske en *overordnet opgavevaretagelse* og tegning af de to områder inden for samme organisation. Begge områders overordnede formål er at overvåge og regulere markedsøkonomien og den adfærd, der udøves i relation til denne. Dette med henblik på at sikre et rimeligt udbud af gode, gennemskuelige og billige produkter til forbrugerne. Forskellen består primært i det fokus, der anlægges på reguleringen af markedet.
- Kan *kvaliteten* af opgaveløsningen i de to styrelser forbedres ved en fusion, når der henses til, at konkurrencemyndighedens opgave er at fastlægge og regulere rammerne, inden for hvilket konkurrencen på markedet kan foregå, mens de midler og metoder, som virksomhederne bruger i deres kamp for at vinde kundernes gunst på bekostning af konkurrenterne, overvåges i henhold til forbrugerlovgivningen (forbrugerombudet og klagenævn).
- Kan *ressourceudnyttelsen* i de to styrelser forbedres ved en fusion, således at driften billiggøres?
- Kan de to styrelses *kulturer* fungere sammen?

Undersøgelsens resultat er et både-og, som koncentreret kan udtrykkes således:

Fordelene er:

- Større gennemslagskraft i relation til den brede myndighedsudøvelse på markedet
- Mere attraktiv arbejdsplads med rokeringsmuligheder
- En flerhed af kompetencer - juridisk/økonomisk
- Forbrugerområdet bliver mere offensivt og proaktivt
- Besparelse ikke på kerneydelser men hjælpefunktioner, dvs. administration og generel ledelse

Ulemperne er:

- Der er vanskeligheder med at skabe en klar identitet og profil
- Der kan opstå problemer med legitimiteten i forhold til målgrupper og eksterne interesser
- Områderne er meget forskellige enheder med hver sin stærke identitet og engagement
- Begrænset overlap i sager

3.2. Rapporten og vores undersøgelse

Rapportens konklusion svarer stort set til de erfaringer, som denne undersøgelse om forholdene i Grønland og Island når frem til, nemlig, at der er såvel fordele som ulemper ved fusion.

Situationen i Grønland, Island og Færøerne er inden for forbrugerområdet meget forskellig og er formentlig begrundet i nationalt præg og administrative og politiske traditioner. Men netop forskelligheden af løsningsmodellerne i henholdsvis Grønland og i Island gør sammenligningen interessant.

Den danske rapportens resultat kan sammenholdes med erfaringerne fra Grønland og Island. I Island hvor man ikke har et selvstændigt forbrugerområde inden for den offentlige organisering, påpeger man problemer med identitet, engagement og profilering (ønsket om en ombudsmand) og manglende resurser. I Grønland, hvor forbrugerområdet er en selvstændig enhed adskilt fra konkurrenceområdet, kender man ikke til disse problemer.

I Grønland har forbruger- og konkurrenceområdet imidlertid fælles sekretariat, og udtrykkes tilfredshed med, at sekretariatet derved er blevet styrket kompetencemæssigt og med større gennemslagskraft, ligesom det også har tilstrækkelige økonomiske resurser.

Rapportens konklusion er, at forbrugerområdet og konkurrenceområdet er meget forskelligartede enheder. De har hver sin identitet og engagement og kræver forskellige kompetencer. Der er således ikke stort overlap på sagerne. Besparelserne er derfor ikke på kerneydelser, men i hjælpefunktionerne, dvs. i administration og generel ledelse. Vores undersøgelse er forenelig med denne konklusion.

3.3. Organisation og økonomi

Politisk prioritering, der afspejler sig i lovgivning og økonomiske bevillinger, bliver afgørende for den ordening man får, og hvor vellykket denne bliver. Lav prioritering med utilstrækkelige midler kan ødelægge selv den bedste struktur. I Grønland er området højt prioriteret med tilstrækkelig bevillinger, en klar opdeling af forbrugerområdet og konkurrenceområdet med fælles sekretariat. Man har ikke særlige ønsker om yderligere profilering af området i form af en forbrugerombudsmand, idet området bliver tilstrækkeligt profileret og varetaget af sekretariatet på vegne af forbrugerrådet.

I Island er der ikke en opdeling af områderne, hvilket medfører uklarhed og utilfredshed med manglende resurser. Hvorvidt ordningen ville fungere tilfredsstillende med højere bevillinger til konkurrencestyrelsen, har vi ikke et svar på. Men hidtil er erfaringen i Island, at konkurrenceområdet får størstedelen på bekostning af forbrugerområdet, og at forbrugerområdet er for lavt prioriteret inden for det offentlige system, hvor man ikke har et selvstændigt forbrugerområde, men er en afdeling inden for konkurrencestyrelsen, der arbejder med forbrugerområdet. Dette er et savn, og man har derfor et ønske om en selvstændig myndighed, helst i form af en forbrugerombudsmand.

Færøerne kan heraf udlede, at såfremt lav politisk prioritering betyder utilstrækkelige bevillinger, så er det ikke den islandske model med forbrugerområdet som en del af konkurrencestyrelsen, der skal efterfølges, idet man da vel får nogen midler at arbejde med, men forbrugerområdet forbliver usynligt og magtesløst i forhold til konkurrenceområdets store og magtfulde opgaver. Den grønlandske model kræver også

midler, og med utilstrækkelige midler kan det blive umuligt at opretholde de gode intentioner, der ligger i en god struktur. Men med udgangspunkt i den grønlandske model vil en god struktur altid være en god start, hvis man starter fra et nulpunkt, som man gør på Færøerne, hvad angår integrering af forbrugerområdet i den offentlige organisation.

4. Ikke én, men tre optimale løsninger for de tre vestnordiske lande

Af de foranstående kapitler vil det fremstå med al tydelighed, at der ikke vil kunne fremstilles én endegyldig løsningsmodel for organisering af forbrugerområdet, der vil være optimal for alle tre vestnordiske lande.

Det er i særdeleshed Island, der skiller sig ud med en frivillig, stærk og aktiv forbrugerorganisation med en omfattende virksomhed, men hvor man er ganske utilfreds med de offentlige myndigheders forbrugerpolitiske engagement samt den politisk-organisatoriske underordning af forbrugerområdet i forhold til konkurrenceområdet. Dette er baggrunden for den islandske forbrugerorganisations kraftige understregning af nødvendigheden af en selvstændig offentlig forbrugerombudsmandsinstitution.

Grønland er specielt ved en velfungerende organisering af forbrugerområdet, der ligger tæt op ad den traditionelle nordiske model. Dog med den væsentlige fravigelse, at man ikke har en selvstændig, frivillig forbrugerorganisation.

Fra færøsk side er situationen fuldstændig åben for løsningsmuligheder, da offentlig forbrugerpolitik er fuldstændig fraværende, og man er uden egentlig forbrugerlovgivning og forbrugerværn. Fra den nystiftede, og endnu svage, frivillige forbrugerorganisation, Brúkarasamtakið's side prøver man at finde frem til en løsning. Bl. a. gennem det vestnordiske samarbejde omkring denne rapport.

Denne forskellighed mellem de tre vestnordiske lande gør det som sagt umuligt at fremstille kun én løsningsmodel. Der vil være store og væsentlige forskelle mellem hvad der vil anses for optimalt i de enkelte lande. Derfor vil projektdeltagerne for hvert af de tre lande i en kort sammenfatning nedenfor præsentere deres bud på en optimal organisering af forbrugerområdet i deres respektive lande.

4.1. Færøerne

Denne sammenfattende beskrivelse af en optimal organisering af forbrugerområdet på Færøerne tager særlig udgangspunkt i dette kapitels ovenstående afsnit 2, side 25, "Evaluerings af Færøernes situation i forhold til Grønlands og Islands".

Tre forhold er af afgørende betydning:

- a) Den specielle forudsætning, at Færøerne ikke har nogen forbrugerlovgivning, ingen offentlig forbrugermyndighed, ingen klagenævn, og der er ingen penge afsat til at støtte frivillige interesseorganisationer på området.
- b) Erfaringerne fra Island og Grønland m.h.t. den store betydning, der ligger i en klar bestemmelse og afgrænsning af forbrugerområdet, især i forhold til konkurrenceområdet, såvel lovgivningsmæssigt, organisatorisk som økonomisk.

- c) Da der kun vil være adgang til begrænsede økonomiske og faglige ressourcer, vil det være hensigtsmæssigt at undgå oprettelsen af nye administrative institutioner og i stedet at integrere udøvelsen af sekretariatsfunktionen på forbrugerområdet med eksisterende administrative enheder på beslægtede områder.

Her ud fra vil elementerne i en optimal forbrugerorganisering for Færøerne være:

- En lov om markedsføring. Denne udfærdiges som en selvstændig lovgivning og indkorporeres ikke i anden lovgivning som f.eks. konkurrenceloven.
- I markedsføringsloven bestemmes samtidig et forbrugerråd som den tilsynsførende myndighed. Herved undgås at oprette forbrugerombudsmandsinstitutionen, da denne funktion også skal udøves af forbrugerrådet.
- Forbrugerrådets sammensætning bestemmes i loven som ligelig repræsentation af forbrugernes og erhvervslivets interesser og en formand udpeget af landsstyremanden på området.
- En lov om forbrugerklagenævn. Forbrugerklagenævnets sammensætning bestemmes i loven som ligelig repræsentation af erhvervs- og forbrugerinteresser og en formand med særlig juridisk kompetence, udpeget af landsstyremanden på området.
- Den behandlende, administrative funktion for såvel forbrugerråd og forbrugerklagenævn udføres af et fællessekretariat for forbruger- og konkurrencemyndighederne.
- I fællessekretariatet for forbruger- og konkurrencemyndighederne skal der være en klar opdeling af såvel arbejdsopgaver som økonomiske midler.
- Udover sagsbehandling og sagsforberedelse for forbrugerråd og forbrugerklagenævn, skal fællessekretariatets forbrugerafdeling udøve forbrugerinformation om produkter, varer og tjenester, om klagemuligheder og om forbrugernes og de erhvervsdrivendes rettigheder og pligter.
- Hele forbrugerområdet bør samles under én politisk myndighed. På Færøerne kompliceres organiseringen af forbrugerområdet af, at det politiske ansvarsområde er delt mellem to landsstyremænd (landstyremanden for erhvervsanliggender vedr. markedsføringslov og forbrugerråd, og landstyremanden for indenrigsanliggender vedr. lov om forbrugerklagenævn og købelov o.l.
- Endelig bør betydningen af den frivillige interesseorganisation på forbrugerområdet anerkendes af den politiske myndighed, både ved at inddrages i udformningen af forbrugerpolitikken på Færøerne, ved at kunne repræsentere forbrugernes interesser i råd og nævn, og ved at ydes nødvendig økonomisk støtte til dens virksomhed.

4.2. Grønland

I Grønland vurderer man i Fællessekretariatet for forbruger- og konkurrencespørgsmål, at selve det organisatoriske set up er passende for grønlandske forhold. Det er herefter

op til aktørerne i - og tilknyttet til - det organisatoriske set up at skabe visionært, konstruktivt og fyldestgørende forbrugerarbejde.

4.3. Island

Den frivillige islandske forbrugerorganisation Neytendasamtökin har i mange år bl.a. ved gentagne landsmødevedtagelser krævet oprettelsen af en Forbrugerombudsmand i Island. Det vil højne forbrugerpolitikens og forbrugerværnets status.

Nu diskuterer man hos neytendasamtökin, hvordan dette kan gøres i praksis på den bedste måde med henblik på at styrke forbrugerværnet i Island. Det sker i forbindelse med Neytendasamtökin's næste landsmøde i september 2004. Her ses meget på den svenske og den finske model, hvor Forbrugerombudsmanden samtidig er direktør for Konsumentverket. Der ses også på den danske model, hvor Forbrugerombudsmanden sidder i Forbrugernes hus (den offentlige forbrugerstyrelse). Forbrugerombudsmanden er selvstændig, men der spares penge fordi han får en vis service fra sekretariatet i Forbrugernes hus.

Med al sandsynlighed bliver resultatet af denne diskussion, at Neytendasamtökin holder fast ved, at der oprettes et Forbrugerombudsmands embede i Island, og at der samtidigt skal oprettes en forbrugerinstitution, som Forbrugerombudsmanden leder (den svenske og den finske model). Blandt Forbrugerombudsmandens og forbrugerinstitutionernes opgaver skal være:

- Overvågning af markedsføringsloven
- Overvågning af love om produktsikkerhed og markedskontrol
- Overvågning af prismærkning og andre oplysninger, som kræves i love og regler
- Overvågning af andre love og regler på forbrugerområdet
- Oplysningsvirksomhed på Forbrugerombudsmandens og forbrugerinstitutionens arbejdsområder
- Forbrugerombudsmanden skal på eget initiativ tage vigtige sager op, som berører forbrugere i helhed eller visse forbrugergrupper

Samtidigt ses det som meget vigtigt, at der findes en uafhængig forbrugerorganisation, der er så stærk som muligt. Det er en kendsgerning, at offentligt forbrugerarbejde altid er præget af de prioriteringer, som det offentlige eller politikerne gør på området. Der er ikke altid sammenfald mellem disse offentlige prioriteringer og de uafhængige forbrugerorganisationers prioriteringer. En uafhængig forbrugerorganisation kan også behandle forbrugerpolitiske spørgsmål på en helt anden og stærkere måde end en offentlig institution kan gøre. Derfor er det meget vigtigt, at der findes en så stærk og uafhængig forbrugerorganisation som muligt. En forbrugerorganisation, som blandt andet presser myndighederne og virksomheder på forbrugerområdet.

I ingen af de nordiske lande tager Forbrugerombudsmanden sig af behandling af klagesager for enkelte forbrugere vedrørende forbruger køb. I Sverige og Finland er det offentlige instanser, som tager sig af klagesagsbehandlingen. I Danmark er dette i Forbrugernes hus (det offentlige), og i frivillige klagenævn. I Norge er klagesagsbehandling hos Forbrukerrådet, men desuden har man et offentligt klagenævn, og der findes også frivillige klagenævn.

I Island har Neytendasamtökin drevet klagesagsbehandling siden organisationen blev stiftet i 1953. Det offentlige har aldrig drevet klagesagsbehandling. På initiativ fra Neytendasamtökin er der oprettet 7 klagenævn med forskellige brancher og i samarbejde med ministerier (specielt med handelsministeriet).

Erfaringen er, at denne virksomhed fungerer godt sammen med anden virksomhed som Neytendasamtökin driver. Neytendasamtökin kan også arbejde på en anden og ofte effektivere måde end offentlige institutioner i dette arbejde. Denne virksomhed styrker også Neytendasamtökin's stilling som en aktiv aktør på området. Der er det opfattelsen, at uanset oprettelsen af Forbrugerombudsmand og eventuel forbrugerstyrelse, skal denne opgave med klagesagsbehandling fortsat være hos Neytendasamtökin. Men da er det også yderst vigtigt, at det offentlige betaler hvad det koster at drive klagesagsbehandlingen, dersom dette er en social service, som må stå åben for alle forbrugere.

Sådan, som det er beskrevet ovenfor, kan det offentlige også styrke frivillige forbrugerorganisationers virksomhed i de vestnordiske øsamfund, der er kendetegnet ved forholdsvis lave befolkningstal, og derved begrænsede økonomiske ressourcer. Dette kan gøres ved tjenesteaftaler vedrørende opgaver, som er til gavn for forbrugerarbejdet; generel indvirkning på såvel den offentlige som den private sektor, oplysningsvirksomhed for forbrugere og meget mere. Dette bør der lægges stor vægt på.

5. I korthed kan konkluderes, at en aktiv forbrugerpolitik forudsætter:

- En politisk prioritering, der understreger forbrugerinteressers væsentlige betydning for den enkelte og for samfundet, og som medfører en profilering af området.
- En forbrugerbeskyttelseslovgivning der regulerer erhvervsvirksomheders markedsføring.
- En lovgivning der giver forbrugerne en let og billig klageadgang, hvor klagebehandlingen kan udøves via offentligt klagenævn eller via uafhængig forbrugerorganisation med tjenesteaftale med den offentlige myndighed.
- En institutionalisering og organisering af området således, at en synlig forbrugerpolitik opretholdes.
- Forbrugeroplysning i et samspil mellem forbrugerorganisationer, erhvervsliv og det offentlige.
- Nødvendige økonomiske bevillinger til at realisere de mål, lovgivningen kræver.
- En forbrugerinteresseorganisation. En sådan er måske ikke en nødvendig forudsætning for en forbrugerpolitik, men er dog væsentlig for en velfungerende aktiv forbrugerpolitik. Også som talerør for forbrugerne overfor offentlige instanser.