



22. april 2010

**Talepapir til åbent samråd i ERU alm. del den 22. april 2010 – samrådsspørgsmål J, K, L, M og N af 27. januar 2010 stillet af Benny Engelbrecht (S) om konkurrencekulturen i Danmark.**

*Indledning*

Jeg er blevet bedt om at redegøre for, hvad regeringen vil gøre for at forbedre konkurrencekulturen og dermed konkurrencen i Danmark.

Effektiv konkurrence er en vigtig forudsætning for dynamik og udvikling i erhvervslivet og dermed også for den langsigtede velstand i Danmark. Derfor er det en vigtig prioritet i regeringens arbejdsprogram, at konkurrencen i Danmark skal styrkes.

Regeringen har sat en omfattende og offensiv dagsorden på hele konkurrenceområdet.

- Vi har i begyndelsen af året fremsat en konkurrencepakke, der bl.a. skaber en mere effektiv fusionskontrol og skærper sanktionerne for at overtræde udbudsreglerne.
- Fremadrettet vil vi yderligere styrke håndhævelsen af konkurrenceloven.
- Vi vil fortsat systematisk identificere og screene ny lovgivning for regler, der kan begrænse konkurrencen.
- Vi vil forbedre konkurrencekulturen i offentlige og private virksomheder og blandt forbrugerne.

- Og vi vil konkurrenceudsætte flere offentlige opgaver og fremme offentlig-privat samarbejde.

Jeg er glad for at få mulighed for at uddybe denne dagsorden. Da der er tale om ret omfattende samrådsspørgsmål, der fortjener fyldestgørende svar, håber jeg, at udvalget vil bære over med mine relative lange besvarelser af spørgsmålene.

**Spørgsmål J:**

*Konkurrencestyrelsen har konstateret, at det halter gevaldigt med konkurrencekulturen i Danmark. Det betyder, at de danske virksomheder på sigt mister terræn i forhold til deres udenlandske konkurrenter, hvilket giver lavere økonomisk vækst og ringere velfærd. På den baggrund bedes ministeren redegøre for, hvad regeringen har tænkt sig at gøre for at forbedre konkurrencekulturen i Danmark.*

**Svar:**

Rapporten om konkurrencekultur er udarbejdet af Konkurrencestyrelsen og Forbrugerstyrelsen og blev offentliggjort i januar i år. Rapporten er et forsøg på at beskrive konkurrencekulturen i Danmark, England og Tyskland.

Konkurrencekultur handler om den måde, virksomheder, forbrugere og offentlige myndigheder agerer på, når de handler på markederne. Fx hvor stort fokus virksomhederne har på at ekspandere, og hvor meget forbrugerne forhandler om prisen, når de handler.

For så vidt angår virksomhedernes rammevilkår, viser rapporten bl.a., at mere end halvdelen af virksomheder i Danmark vurderer, at konkurrenceloven ikke har betydning for deres virksomhed – samtidig med at 15 pct. mener, der sker overtrædelser af loven i deres branche. Desuden peger mellem 20 og 30 pct. af virksomhederne på, at anden offentlig regulering inden for forskellige sektorer begrænser konkurrencen.

Love og regler skaber rammerne for konkurrence, men virksomhederne skal samtidig være sporet ind på at gribe de muligheder, som konkurrencen giver. Rapporten viser bl.a., at virksomheder, som møder konkurrence fra udenlandske virksomheder, er mere orienteret mod ekspansion og vækst end andre virksomheder. Og at der er et potentiale for at styrke de danske virksomheders konkurrenceadfærd.

På forbrugersiden tegner der sig et billede af aktive danske forbrugere, hvor mere end tre ud af fire forbrugere søger information, før de foretager et køb. Til gengæld er kun en ud af fire forbrugere parat til at forhandle om pris og leveringsvilkår – til trods for at de fleste, der forhandler, opnår bedre pris eller handelsvilkår.

Regeringen har allerede - og vil i den kommende tid - tage en række konkrete initiativer, der vil være med til at styrke konkurrencen og konkurrencekulturen i Danmark. Det drejer sig om:

- *Lovforslag om en ny lukkelov.* Udvalget kender det forslag til en ny lukkelov, som regeringen fremsatte kort før jul. Analysen om konkurrencekulturen i Danmark identificerede netop den nuværende lukkelov som en væsentlig konkurrencebegrænsning i detailhandlen. Med forslaget om en ny lukkelov tager vi et stort skridt i retning af at styrke konkurrencen i detailhandlen.
- *Lovforslag om ændring af konkurrencereglerne.* Som del af konkurrencepakken fremsatte regeringen i slutningen af januar lovforslag om en ændring af konkurrencereglerne. Hovedindholdet i lovforslaget er en mere effektiv fusionskontrol ved at sænke tærskelværdierne for, hvornår en fusion skal anmeldes. Samtidig indføres en forenklet procedure for anmeldelse af uproblematiske fusioner.

Effektiv fusionskontrol er en af de vigtigste måder at forebygge nye konkurrenceproblemer. Fusionsudvalget vurderede i sin rapport fra december 2008, at de nye tærskelværdier vil give anledning til besparelser hos forbrugerne på ca. 400 mio. kr. årligt.

Regeringen foreslår også at afskaffe bagatelgrænsen i konkurrencebogen for markeds- og kundedelingsaftaler, så forbuddet fremover gælder alle virksomheder. Det er aftaler, som kan være lige så skadelige som prisaftaler.

Endelig lægger lovforslaget lægger op til, at det danske bogmarked skal liberaliseres fuldt ud med virkning fra den 1. januar 2011. Det betyder, at bogbranchen fremover ikke vil kunne kræve faste priser på bøger på de sidste 10 pct. af nyudgivelserne. Bogmarkedet vil hermed være underlagt samme konkurrenceregulering som andre brancher.

- *Lovforslag om håndhævelse af udbudsreglerne.* Den anden del af konkurrencepakken er et lovforslag, der skærper sanktionerne ved grove overtrædelser af udbudsreglerne. Forslaget giver Klagenævnet for Udbud mulighed for at udstede påbud om, at en kontrakt bringes til ophør. Eksempelvis hvis en kontrakt i strid med udbudsreglerne er tildelt en virksomhed uden forudgående udbud. Alternativt kan Klagenævnet pålægge ordregiveren en økonomisk sanktion.

Stat, regioner og kommuner er store aktører i dansk økonomi. Når der med regelmæssige mellemrum kommer eksempler frem, som viser, at offentlige myndigheder ikke overholder udbudsreglerne, er det udtryk for, at konkurrencekulturen i det offentlige ikke er i orden.

- *Strategi for offentlig-privat samarbejde.* Regeringen ser et stort potentiale i at styrke konkurrencekulturen i den offentlige sektor. En undersøgelse fra januar, som Udbudsrådet har foretaget, viser, at godt en tredjedel af kommunerne har undladt at udbyde opgaver, fordi man ikke har overvejet, om opgaverne er udbudsegnete. Det mener jeg ikke er til-

fredsstillende. Offentlige opgaver bør løses af de offentlige eller private leverandører, der er bedst og billigst. Og det finder man kun ud af ved at byde opgaverne ud i fri konkurrence.

Derfor er det regeringens målsætning, at den andel af de kommunale opgaver, der udsættes for konkurrence, øges til mindst 31,5 pct. i 2015. Med den kommende strategi for offentlig-privat samarbejde vil vi samtidig skabe bedre rammer for, at kommunerne kan udnytte konkurrence om opgaverne som et strategisk værktøj til at skabe bedre og billigere service. Vi vil forenkle rammerne og reglerne for udbud og igangsætte en række initiativer, der skal gøre det nemmere for det offentlige og det private at samarbejde.

- *Udvalg om konkurrencelovgivningen.* For at forbedre håndhævelsen af konkurrenceloven har regeringen nedsat et bredt sammensat udvalg om konkurrencelovgivningen. Udvalget skal belyse og vurdere: 1) Konkurrencestyrelsens informations- og vejledningsindsats, 2) processerne for sager efter konkurrencelovgivningen og 3) muligheden for at indføre fængselsstraf for grove overtrædelser af konkurrenceloven. Udvalget skal afrapportere til mig inden udgangen af april 2011.
- *Vækstforum.* Endelig vil vi i regeringens Vækstforum på vores møde i november diskutere, hvad der yderligere kan gøres for at styrke konkurrencen.

Konkurrence og konkurrencekultur handler i bund og grund om, hvad virksomheder, det offentlige og forbrugere gør i konkrete markedssituationer. De regler, som vi fra politisk hold fastsætter, sætter rammerne. Men de normer og værdier, som har udviklet sig gennem årtier, spiller også en stor rolle. Det vil ofte være meget svært at påvirke disse normer.

Fx er hovedprincippet i den danske konkurrencelovgivning – forbudsprincippet – ikke mere end 12 år gammelt. Forbudsprincippet betyder, at en række konkurrencebegrænsende aktiviteter, som tidligere var lovlige, nu i udgangspunktet er ulovlige. Til sammenligning har fx den tyske konkurrencelovgivning hvilet på et forbudsprincip i mere end 50 år. Det er måske en del af forklaringen på, at analysen om konkurrencekultur peger på, at danske virksomheder på flere områder er lidt mindre konkurrenceorienterede end virksomheder i Tyskland og England.

Samtidig betyder information og vejledning til virksomhederne en rolle for deres konkurrencemæssige adfærd. Det vil jeg komme nærmere ind på i min besvarelse af spørgsmål L.

Det er også vanskeligt fra den ene dag til den anden at finde veje til at gøre forbrugernes indkøbsadfærd mere konkurrencepræget. Det vil jeg gerne vende tilbage til i min besvarelse af spørgsmål N.

**Spørgsmål K:**

*Den ringe konkurrencekultur i Danmark findes især på områder, hvor der er begrænset udenlandsk konkurrence. Ministeren bedes redegøre for, hvilke konkrete initiativer regeringen har tænkt sig at gennemføre for at gøre det lettere for udenlandske selskaber at komme ind på det danske marked, så konkurrencepresset kan øges, og konkurrencekulturen dermed forbedres.*

**Svar:**

Udenlandske virksomheder, som sælger deres varer og tjenester på det danske marked bidrager med fornyelse og dynamik til det danske erhvervsliv.

Rapporten om konkurrencekultur viser meget klart, at konkurrence fra udlandet bidrager til bedre konkurrence og konkurrencekultur. Ifølge rapporten er virksomheder, der møder konkurrence fra udenlandske virksomheder, mere fokuseret på ekspansion, ligesom rivaliseringen mellem virksomhederne bliver mere skarp, når der er flere konkurrenter.

International handel og udenlandske virksomheder, der etablerer sig i Danmark, medvirker derfor til at styrke konkurrencen. De styrker innovationen i de danske virksomheder og væksten i økonomien.

Dette er dog en "gennemsnitsbetragtning". Der er mange dynamiske hjemmemarkedsvirksomheder, ligesom der også er internationalt orienterede virksomheder, som kan blive endnu bedre til konkurrence. Samlet peger undersøgelsen dog klart



på, at der er behov for at forbedre konkurrencekulturen.

De seneste år er der igangsat en række tiltag, der skal gøre det lettere for udenlandske virksomheder at komme ind på det danske marked.

Bl.a. etablerede vi i november 2009 kvikskranken BusinessInDenmark.dk, der er et såkaldt elektronisk kontaktpunkt for udenlandske servicevirksomheder.

Kvikskranken giver udenlandske virksomheder, der ønsker at investere i Danmark, mulighed for at få et hurtigt og effektivt svar på spørgsmål om, hvilke regler der gælder i forhold til at etablere sig i Danmark. På hjemmesiden findes der oplysninger om 89 erhverv – fx ejendomsmæglere, revisorer og landinspektører. Kvikskranken skal på denne måde sikre de udenlandske tjenesteydere en mere smidig adgang til at levere deres ydelser i Danmark.

Kvikskranken er især relevant for tjenesteydere. For *varer* er det dog også vigtigt at sikre, at udenlandske virksomheder på en let måde kan finde information om særlige danske regler.

Derfor har vi etableret en hjemmeside på engelsk, hvor virksomhederne kan finde information om de særlige regler, vi har i Danmark. På hjemmesiden, der hedder Productcontactpoint.dk, er der indtil videre information om 153 forskellige ordninger og regler.

Desuden skal regeringens Vækstforum på sit møde i april bl.a. drøfte, hvordan vi kan tiltrække og fastholde nye udenlandske investeringer.

Endelig vil vi i regeringen arbejde for, at effektiv konkurrence og en sund konkurrencekultur får en fremtrædende placering på EU's dagsorden.

**Spørgsmål L:**

*Ifølge Konkurrencestyrelsens undersøgelse om konkurrencekulturen, finder næsten 60 pct. af de adspurgte virksomheder, at konkurrencelovgivningen ikke har betydning for deres virksomhed. Denne opfattelse er udbredt på trods af, at konkurrenceloven har betydning for i princippet alle virksomheder, idet en lang række aktiviteter, som var lovlige før 1998, nu med forbudsprincippet i udgangspunktet er ulovlige. Ministeren bedes redegøre for, hvad regeringen har i sinde at gøre for at sikre, at kendskab til og overholdelse af konkurrencelovgivningen bliver mere udbredt.*

**Svar:**

Hvis konkurrenceloven skal medvirke til at mindske konkurrencebegrænsende adfærd blandt virksomhederne, er det en forudsætning, at virksomhederne kender loven. Det fremgår af analysen om konkurrencekultur, at godt 80 pct. af de danske virksomheder kender konkurrenceloven.

I analysen af konkurrencekultur mener mange af de adspurgte virksomheder imidlertid, at konkurrenceloven ikke har betydning for deres virksomhed – især blandt mindre virksomheder.

Den høje andel kan afspejle, at virksomhederne ikke har kendskab til lovens konkrete indhold. Det kan også afspejle, at mange virksomheder helt naturligt holder sig inden for lovens rammer. Undersøgelsen giver ikke mulighed for at sondre mellem disse to årsager.

Konkurrencestyrelsens undersøgelse siger ikke noget konkret om hvor mange virksomheder, der ikke overholder konkurrence-loven. Men undersøgelsen peger på, at der kan være behov for at informere mere om konkurrencereglerne for at styrke bevidstheden om konkurrence i virksomhederne.

Derfor har regeringen som nævnt bedt konkurrencelovsudvalget vurdere, om der er behov for at styrke Konkurrencestyrelsens generelle vejlednings- og informationsindsats med henblik på at forebygge konkurrencelovovertrædelser og sikre efterlevelse af loven. Udvalget skal i den forbindelse bl.a. belyse:

- Hvordan Konkurrencestyrelsen i dag informerer og vejleder om det generelle regelsæt.
- Hvordan Konkurrencestyrelsen i dag informerer og vejleder om praksis.
- Hvordan virksomhederne oplever Konkurrencestyrelsens informations- og vejledningsindsats.
- Hvordan informations- og vejledningsindsatsen er tilrettelagt i andre relevante OECD-lande.

Konkurrencestyrelsen informerer allerede i dag på forskellig vis om det generelle regelsæt og praksis.

På Konkurrencestyrelsens hjemmeside informeres bl.a. om konkurrencereglerne og om praksis og domme på området. Hjemmesiden indeholder derudover en lang række informationer, bl.a. vejledninger, foldere og pjecer om konkurrenceloven.

Konkurrencestyrelsen har også en telefonisk konkurrencehotline, hvor virksomheder kan få generel vejledning om konkurrencereglerne, og hvad der gælder med hensyn til virksomheders adfærd på markedet.

Desuden iværksætter styrelsen kampagner med henblik på at informere virksomheder, når der sker væsentlige regelændringer på konkurrenceområdet.

Endelig giver Konkurrencestyrelsen individuel vejledning til virksomheder og advokater i konkrete konkurrencesager, som er under behandling i styrelsen.

Udvalget om konkurrencelovgivningen vil som sagt belyse Konkurrencestyrelsens vejlednings- og informationsindsats. På den baggrund er det min forventning, at udvalget vil komme med klare anbefalinger til hvordan, den fremtidige indsats kan tilrettelægges så effektivt som muligt, så den bedst imødekommer virksomhedernes behov.

**Spørgsmål M:**

*Konkurrencestyrelsens undersøgelse viser, at 15 pct. af de virksomheder, som angiver at kende konkurrenceloven, er meget enige i, at der sker*

*overtrædelser af konkurrenceloven blandt kunder, leverandører eller konkurrenter. Under en tredjedel af de adspurgte virksomheder angiver at ville tage kontakt til myndighederne, hvis de havde indtryk af, at en sådan overtrædelse fandt sted. Der tegner sig således et billede af massiv underrapportering af mulige overtrædelser af konkurrenceloven. Ministeren bedes redegøre for, hvad hun har tænkt sig at gøre for at sikre, at mulige overtrædelser af konkurrenceloven kommer til myndighedernes kendskab i højere grad end i dag.*

**Svar:**

Det er korrekt, at analysen af konkurrencekultur indikerer, at der sker flere overtrædelser af konkurrenceloven, end konkurrencemyndighederne i dag får kendskab til. Det præcise omfang og den præcise karakter af overtrædelserne kan dog ikke fastlægges ud fra undersøgelsen.

Det er ikke unaturligt, at konkurrencemyndighederne ikke har kendskab til *alle* de lovovertrædelser, der finder sted inden for deres område. Sådan er det også på andre retsområder, og det er uundgåeligt.

Når det er sagt, mener jeg naturligvis, det er vigtigt, at myndighederne får kendskab til så mange lovovertrædelser som muligt, og at virksomhederne orienterer konkurrencemyndighederne, hvis de bliver opmærksomme på, at der sker lovovertrædelser.

Konkurrencelovsovertrædelser rammer ofte både forbrugerne og andre virksomheder på markedet, og de økonomiske conse-

kvenser af overtrædelserne kan være meget store. Det er derfor vigtigt, at myndighederne hurtigt får kendskab til dem og har de rette redskaber til at håndhæve lovgivningen.

Jeg vil i den forbindelse nævne, at Konkurrencestyrelsen på baggrund af globaliseringsaftalen i 2007 opprioriterede sin efterforskningsindsats. Bl.a. blev der i sommeren 2008 oprettet en ny kartelenhed i Konkurrencestyrelsen, som fokuserer på at opdage og gribe ind over for karteller og andre alvorlige overtrædelser af konkurrencelovgivningen. Med globaliseringsaftalen for 2010-12 er denne indsats fastholdt, ligesom der er afsat midler til at styrke fusionskontrollen.

Derudover har konkurrencelovsudvalget fået til opgave at vurdere, hvorvidt indførelse af fængselsstraf i kartelsager kan bidrage til at styrke håndhævelsen af lovgivningen. Jeg vil afvente udvalgets rapport, før jeg tager stilling til dette spørgsmål. Som nævnt skal rapporten afgives inden udgangen af april 2011.

### Spørgsmål N

*Forbrugerne kan ifølge Konkurrencestyrelsens undersøgelse påvirke konkurrencen mellem virksomhederne ved at skifte til mere konkurrencedygtige leverandører. Imidlertid er kundemobiliteten tydeligt lavere i Danmark end i Tyskland og Storbritannien. Ministeren bedes redegøre for, hvilke tiltag regeringen vil gennemføre for at forbedre forbrugernes mulighed for at øge konkurrencepresset. Dette kunne eksempelvis være gennem øget prisgennemsigtighed eller forbedrede muligheder for at vurdere og sammenligne produktkvalitet.*

**Svar:**

Konkurrencekulturrapporten peger på, at det ikke kun er virksomhederne, men også forbrugerne der har et ansvar for, at konkurrencen er velfungerende. Forudsætningen for, at forbrugerne har mulighed for at øge konkurrencepresset på virksomhederne, er, at det er let og overskueligt for forbrugerne at vælge det mest konkurrencedygtige tilbud.

Regeringen har taget en lang række initiativer for netop at gøre markedet mere gennemsigtigt for forbrugerne. Det sker bl.a. på baggrund af Forbrugerstyrelsens årlige målinger af forbrugerforholdene på 57 danske forbrugsmarkeder.

Bl.a. gennemfører Forbrugerstyrelsen løbende test af varer og tjenesteydelser for at klæde forbrugerne bedst muligt på til at vælge det mest konkurrencedygtige produkt. I 2009 gennemførte Forbrugerstyrelsen bl.a. test af delebilsordninger, TV-bokse, årsrejseforsikringer og netbooks.

Samtidig gennemføres løbende analyser af udvalgte markeder og problemstillinger.

Konkurrencestyrelsen har fx undersøgt markedet for bilreparationer. Undersøgelsen viste bl.a., at forbrugerne kan spare 20-30 pct. på reparationer og serviceeftersyn, hvis de benytter uafhængige i stedet for autoriserede værksteder. Dermed har undersøgelsen bidraget til at gøre markedet mere gennemsigtigt for forbrugerne. Samtidig pegede undersøgelsen på, at for-

brugerne er nøglen til bedre konkurrence på markedet, hvis de er opmærksomme på prisforskelle og valgmuligheder, når de vælger værksted.

I øjeblikket undersøger Forbrugerstyrelsen markedet for til-lægsforsikringer med henblik på at afdække eventuelle pro-blemstillinger, bl.a. omkring gennemsigtigheden.

Derudover findes der et marked for private virksomheder, som tilbyder prissammenligningsportaler og test, og dermed bidra-ger til at øge gennemsigtigheden for forbrugerne. Det gælder fx Pricerunner, Kelkoo, edbpriser.dk, pengepriser.dk og forsik-ringsguiden.dk, der tilbyder prissammenligninger på nettet og via mobiltelefonen. Desuden offentliggør Forbrugerrådet hvert år test af en lang række produkter.

Regeringen har netop offentliggjort en ny forbrugerpolitisk handlingsplan, som indeholder en række initiativer, der skal øge gennemsigtigheden og dermed gøre det nemmere for dan-ske forbrugere at navigere på selv komplekse markeder.

Det gælder bl.a. udviklingen af den offentlige forbrugerportal ([www.forbrug.dk](http://www.forbrug.dk)), som hver måned betjener mere end 50.000 besøgende. Portalen tilføjes en række nye formidlingsformer – bl.a. video, lyd og billeder – som skal gøre informationen på portalen mere tilgængelig og relevant.



Desuden udvikler vi Forbrugerstyrelsens telefoniske hotline. Hotlinen hjælper omkring 35.000 forbrugere om året og vil fremover kunne betjene endnu flere, da der udvikles en internetløsning, så både forbrugere og virksomheder kan få rådgivning døgnet rundt.

Endelig rummer handlingsplanen et initiativ, der skal sikre forbrugerne klarere besked om finansielle investeringer. Vi indfører bl.a. en mærkningsordning, som skal gøre det nemmere for forbrugerne at danne sig et overblik over de risici, der er forbundet med at investere.

Med disse og flere andre initiativer i handlingsplanen forbedrer vi de i forvejen gode rammer for, at forbrugerne kan øge konkurrencepresset på virksomhederne. Så er det op til forbrugerne og virksomhederne at fylde rammerne ud.

### Afslutning

Jeg er glad for, at vi med denne rapport har fået sat fokus på konkurrencekulturen i Danmark – og betydningen af både virksomheder og forbrugeres adfærd. God konkurrence i både den private og den offentlige sektor er afgørende for at skabe vækst og velstand.

Lad mig derfor opsummere nogle af de mange initiativer, vi har sat i søen for at forbedre konkurrencen i både den private og den offentlige sektor:

- *Konkurrencelovgivningen.* Som nævnt har vi fremsat to lovforslag i konkurrencepakken, som skal fremme konkurrence gennem bedre fusionskontrol og bedre håndhævelse af udbudsreglerne.

Vi har i regeringen en klar ambition om at styrke konkurrencemyndighederne. Derfor forventer jeg også konkrete anbefalinger fra konkurrencelovsudvalget, der bl.a skal se på, hvordan vi kan forbedre håndhævelsen af konkurrencelovgivningen. Udvalget afgiver sin rapport til april næste år.

- *Konkurrencebegrænsende regler.* Vi har desuden fremsat forslag til ændring af lukkeloven, som vil styrke konkurrencen i detailhandlen, ligesom jeg har nævnt liberaliseringen af den sidste del af bogmarkedet.

Herudover vil vi i Vækstforum drøfte yderligere tiltag til at reducere regler, der begrænser konkurrencen, og initiativer der kan tiltrække udenlandske virksomheder til landet.

- *Information og vejledning.* For at styrke virksomhedernes kendskab til konkurrencereglerne – og de muligheder konkurrence giver virksomhederne for vækst og innovation – vil konkurrencelovsudvalget nærmere belyse, hvordan den fremtidige informations- og vejledningsindsats bedst tilrettelægges.

- *Forbrugerindsats.* Vi har allerede i dag gode rammer, for at forbrugerne kan øge konkurrencepresset på virksomhederne. Med den forbrugerpolitiske handlingsplan forbedrer vi yderligere gennemsigtigheden på markedet, bl.a. gennem udbygning af den offentlige forbrugerportal og Forbrugerstyrelsens hotline, ligesom vi indfører en mærkningsordning for finansielle investeringer.

Vi gennemfører desuden løbende målinger af forbrugerforholdene og test af varer og tjenesteydelser, som bidrager til at øge gennemsigtigheden på markederne.

- *Strategi for offentlig-privat samarbejde.* Konkurrencekulturen i den offentlige sektor er også vigtig for vækst og velstand i Danmark. Udbud af offentlige opgaver giver syn for sagen – om hvem der kan levere bedst og billigst. Derfor ønsker regeringen at forlænge den nuværende aftale med kommunerne om konkurrenceudsættelse, så vi i 2015 kommer op på, at mindst 31,5 pct. af opgaverne udbydes. Samtidig vil vi gøre det lettere for kommuner og private at samarbejde om opgaverne ved at forenkle de lovgivningsmæssige rammer for udbud og ved at udvikle værktøjer, der kan understøtte de konkrete samarbejder.

Regeringens mål er klart: Vi skal bringe konkurrencen på niveau med de bedste lande. Og som det fremgår, gør vi også en stor indsats for, at vi når det mål. Tak for ordet.