

[Inge Krogh.]

skal klare det. De må i hvert fald have nogle strammere rammer for at kunne klare det. Man har indtryk af, at i hvert fald adskillige er magtesløse over for det.

Det er ligesom, at når det er tilladt at sælge, så er det noget, der hører sig til. Jeg kan da nævne, som vel alle er klar over, at ungdomskriminalitet er for en meget stor del enten indbrud for at få spiritus eller indbrud for at få penge til spiritus. Jeg tror, at i det øjeblik det ikke var så almindeligt, at unge under 18 år brugte stærke drikke, så ville ungdomskriminaliteten falde.

Der har været foretaget forskellige undersøgelser igennem de senere år, bl. a. for ganske nylig en undersøgelse i Roskildes kommuneskoler, der omfattede 7., 8. og 9. klasse, realklasser og gymnasiet, og der er temmelig rystende tal. 10 pct. har haft et forbrug på over 20 genstande i ugen, der gik forud for undersøgelsen, 70 pct. har haft en følelse af at være beruset, og næsten 10 pct. angiver at være berusede, før de var blevet 12 år. Det mest chokerende er vel nok, at 6,1 pct. af drengene og 0,9 pct. af pigerne har drukket 36 genstande og derover i ugen forud for undersøgelsen, dvs. man ligger dér på grænsen af, hvad der er definitionen på en alkoholist, 6 genstande om dagen.

Når det er så vigtigt at bekæmpe alkoholismen, eller give de unge gode alkoholvaner i ungdommen, så er det på grund af, at der senere kommer betydelige alkoholproblemer hos dem, der har fået ødelagt deres alkoholvaner i ungdommen. Det er betydeligt sværere at afvænne alkoholister, der er begyndt i ungdommen, end dem, der er begyndt senere.

Dette forslag har jo haft den ære to gange at blive omtalt fra denne talerstol før behandlingen, og det blev selv omtalt af ordføreren for fremskridtspartiet, hr. Voigt. Jeg tror altså ikke, at der skete så meget ved, at hr. Voigt selv hentede sin øl, og jeg vil give fru Hanne Reintoft ganske ret i, at det nok var rimeligt, om den mand, der var gift med den yndige unge frue på 17 år, selv hentede sin alkohol. Det lød ikke helt, som om det var et kvindeår, hr. Voigt omtalte.

Jeg mener som sagt, at dette forbud må være en støtte til pædagoger, en støtte til forældre, men jeg ser med glæde, hvis man virkelig vil have denne oplysning i faste rammer, men det bliver vel nok svært.

Hermed sluttede forhandlingen.

*Forslagets overgang til anden (sidste) behandling*  
vedtoges uden afstemning.

**Formanden:**

Jeg foreslår, at forslaget til folketingsbeslutning henvises til retsudvalget. Hvis ingen gør indsigelse mod dette forslag, betragter jeg det som vedtaget. (Ophold). Det er vedtaget.

Den sidste sag på dagsordenen var:

*Første behandling af forslag til folketingsbeslutning om forbud mod reklamering for stærke drikke* [af Inge Krogh m. fl.].

(Andre selvst. forslag nr. XXX. Fremsat 18/3 75).

Forslaget sattes til forhandling.

**Formanden:**

Handelsministeren vil også her svare på indenrigsministerens vegne.

*Handelsministeren (Erling Jensen):*

Som det fremgår af bemærkningerne til forslaget vedtog Nordisk Råd i 1974 en rekommandation, der indeholdt en opfordring til regeringerne om bl. a. at indføre forbud mod alkoholreklame.

Under behandlingen af det medlemsforslag, der var grundlaget for rekommandationen, indhentedes indenrigsministeriet udtalelser om spørgsmålet fra en lang række berørte myndigheder og organisationer her i landet. I langt de fleste af disse udtalelser blev der taget afstand fra indførelsen af et sådant generelt reklameforbud, idet der ikke var nogen tiltro til, at et indgreb af denne art ville formindske forbruget af spiritus eller gøre de problemer, som affødes af spiritusmisbrug, mindre. I sin udtalelse tog den daværende indenrigsminister også afstand fra tanken om et reklameforbud af den foreslåede art, og der er da heller ikke fra indenrigsministeriets side siden taget noget initiativ på grundlag af rekommandationen.

Som jeg gjorde opmærksom på under behandlingen af forslaget til folketingsbeslutning om forbud mod salg af stærke drikke til personer under 18 år, vil jeg her erklære mig enig med forslagsstillerne i, at alkoholmisbruget skaber mange sociale og

## [Handelsministeren.]

sundhedsmæssige problemer, og at der påhviler også det offentlige en forpligtelse til at iværksætte sådanne foranstaltninger, som har rimelig udsigt til at kunne reducere omfanget af disse alvorlige problemer. Ligesom den tidligere indenrigsminister må jeg imidlertid stille mig tvivlende over for forslagsstillernes forventning om, at et forbud mod alkoholreklame i væsentlig grad skulle begrænse tilskyndelsen til at bruge alkohol.

Jeg har også meget svært ved at tro på, at et reklameforbud skulle kunne bidrage væsentligt til at formindske den kriminalitet og de færdselsulykker, der har baggrund i spiritusnydelse. Jeg kan i denne forbindelse henvide til at Rådet for Større Færdselsikkerhed under spørgsmålets behandling i Nordisk Råd ikke fandt, at et sådant forbud ville have nogen indflydelse på antallet af færdselsulykker med spirituspåvirkede førere.

Indenrigsministeriet har i en årrække haft en aftale med tobaksindustrien om begrænsninger i retten til reklamer for cigaretter. Der er ikke fastsat tilsvarende begrænsninger for så vidt angår alkoholreklamer, men det kan dog nævnes, at Bryggeriforeningen har vedtaget regler, der forbyder foreningens medlemmer at bruge ølreklamer, der retter sig mod de yngre aldersgrupper, eller reklamer i forbindelse med sportsmotiver, automobilkørsel o. lign. Disse reklamebestemmelser må bl. a. ses som Bryggeriforeningens erkendelse af, at en meget pågående reklame på dette område ikke er acceptabel, og jeg anser en sådan branchevedtægt om neddæmpning af reklamer for yderst fornuftig.

Selv om man som jeg ikke tror på, at alkoholreklamen generelt set har nogen særlig indvirkning på misbrugets omfang, så finder jeg det alligevel på baggrund af vor viden om de ulykker, alkoholen er årsag til, noget anstødeligt, hvis reklamen skulle idealisere og glorificere spiritusnydelse, eller hvis den specielt retter sig mod ungdommen eller andre særligt påvirkelige grupper i befolkningen. Den reklameform, som f. eks. søger at overbevise publikum om, at hverdagen kun kan klares, hvis den begyndes med et lille glas, forekommer mig ubehagelig.

Som nævnt finder jeg ikke, at et generelt reklameforbud er egnet til at fremme det mål, som jeg har fælles med forslagsstillerne,

nemlig i videst muligt omfang at få reduceret de mange alvorlige følgevirkninger af alkoholmisbrug, og jeg vil derfor ikke kunne medvirke til gennemførelsen af et sådant indgreb.

## Tastesen (S):

Nordisk Råd har i sin visdom vedtaget følgende rekommandation — hvis jeg må have lov at citere:

„Nordisk Råd anbefaler regeringerne at indføre forbud mod alkoholreklame i Norden og at iværksætte en effektiv information om alkoholens skadelige virkninger, særlig over for ungdommen.“

Der var ikke nogen særlig stor dansk tilslutning til denne rekommandation. Tværtimod kan vi vel sige, at de fleste kredse, og det gælder også parlamentsmedlemmerne fra Danmark, var imod den.

Det forholder sig således, at den anden del af rekommandationen, dette med det forebyggende arbejde, har vi omtalt under det tidligere lovforslag, og det er der ingen grund til at komme ind på, for netop information om alkoholens skadevirkninger er noget, der er væsentligt, og dér må der selvfølgelig finde et oplysningsarbejde sted. Men for den første dels vedkommende — den, der handler om alkoholreklamer — må jeg på mit partis vegne sige, at spørgsmålet om reklame må betragtes som en helhed og ikke som et isoleret fænomen i forhold til specielt alkohol. Hvad med tobakken og andre ting? I det hele taget hvad med reklamens generelle situation? Spørgsmålet om, hvorvidt det er objektiv reklame, vejledende reklame osv., hører sammen med en anden og mere seriøs problematik end den, der kommer frem her.

Vi kan altså ikke medvirke til gennemførelse af det forslag, der fremsættes her.

Og vær så sikker på én ting, vil jeg gerne sige til forslagsstillerne fra kristeligt folkeparti, at det sikkert vil gå som i Norge, hvis dette lovforslag bliver vedtaget. Navne som Tuborg og Carlsberg er i den grad indgroet i den danske befolknings bevidsthed, og disse navne fjernes ikke. Tuborg og Carlsberg vil fortsat være forbundet med Hof og den grønne Tuborg. Det ligger så stærkt i folks bevidsthed, at selv om der nede i et lille hjørne står „lys pilsner“ eller „citronvand“ eller „appelsinvand“, eller hvad det skal

## [Tastesen.]

være, så vær sikker på, at reklamerne vil virke på deres vis. Det vil næsten være en umulig ting, for så skal man altså også forbyde reklamer i det hele taget for de steder, hvor øl og stærke drikke i øvrigt fremstilles.

Vi kan altså ikke medvirke til gennemførelse af dette forslag. Det vil efter vor opfattelse være helt uden virkning i forhold til det, som forslagsstillerne tilsigter. Tværtimod har jeg fået en idé, og jeg kan måske sige, at den er inspireret af kristeligt folkepartis forslag. Jeg er formand for en landsorganisation, der har meget med ungdommen at gøre. Vi vil dér forsøge på at snakke med de mennesker, der fremstiller mineralvand og lyst øl, om man ikke kan lave en bedre reklame for netop disse produkter, så bryggeriområdet, mineralvandsområdet på en eller anden måde kan være med i et forebyggende arbejde. Det er langt mere værdifuldt end at man fremturer med en forbudslinje også på dette område.

**Biltzing (V):**

Når man læser bemærkningerne til forslaget til folketingsbeslutning om forbud mod reklamering for stærke drikke, får man let det indtryk, at forslagsstillerne sætter et lighedstegn mellem alkoholforbrug og alkoholmisbrug. Men alkoholforbrug er jo ikke ensbetydende med alkoholmisbrug og dermed med et alkoholproblem. Det, forslagsstillerne vil gøre noget ved, er jo alkoholmisbrug, men misbruget forhindres ikke ved et forbud mod reklame, lige så lidt som det er fremkommet som følge af reklamen.

Der kan nævnes adskillige årsager til, at et alkoholproblem opstår, men hovedsagen er at finde i den omstændighed, at den pågældende har et menneskeligt eller et socialt problem, som han eller hun ikke umiddelbart kan magte. Afhængig af sociale, miljømæssige og andre faktorer kan den pågældende så at sige finde på at søge tilflugt i et eller andet rusmiddel. Alkohol er et af dem, forskellige medikamenter er et andet. Mens alkoholholdige drikke frit kan forhandles og der ikke er lovgivningsmæssige restriktioner over for alkoholreklamer, er såvel forhandling af som reklamering med medikamenter undergivet væsentlige restriktioner. Ikke desto mindre er medicinmisbruget af større omfang herhjemme end alkoholproblemet.

Et forslag som det fremsatte kunne give indtryk af, at vi bliver bombarderet med reklame med opfordringer til at drikke stærke drikke. Men i virkeligheden er det jo kun en ganske lille del af den reklame, vi i øvrigt udsættes for, der omhandler stærke drikke, og hovedparten af disse reklamer søger at få os til f. eks. at drikke Hof i stedet for Tuborg eller at skifte fra ét whisky-mærke til et andet. Her i landet har alkoholproducenter, forhandlere og importører frivilligt underkastet sig en reklamekodeks. Det er regler, der blev vedtaget i 1973 af Det internationale Handelskammer, og efter disse regler må alkoholreklamer ikke tilskynde til overdreven nydelse af stærke drikke eller være særlig rettet mod mindreårige. Herhjemme har man så yderligere skærpet reglerne, således som handelsministeren nævnte det. På baggrund af denne kodeks og reklamens faktiske indhold og omfang ses nødvendigheden af at indføre et forbud mod reklame for stærke drikke ikke at foreligge.

Lad mig også nævne, at der aldrig er blevet påvist nogen sammenhæng mellem reklame og det samlede alkoholforbrug. Tværtimod er averteringen i Sverige og Finland i perioden 1969-74 stadig aftaget, mens forbruget i den tilsvarende periode har været stadig stigende. Derimod har reklamer i Sverige og Norge med udbytte kunnet anvendes til at flytte forbruget fra spiritus til de mildere sorter vin og øl. Et forbud mod reklame ville betyde, at man dermed afskar sig fra mulighederne for at påvirke forbrugsvanerne.

Endelig vil jeg fremhæve det erhvervspolitisk meget betænkelige, der ligger i at forbyde reklameringen af en vare, der i øvrigt må sælges frit, og jeg vil godt nævne et eksempel på en af konsekvenserne, som et forbud kunne medføre. De mindre, regionale bryggerier herhjemme ville nemlig blive ramt hårdere af et forbud end de store landsdækkende bryggerier, idet forbruget ville glide over til de store bryggerier uden et tilsvarende fald i ølkonsumeringen. Konsekvensen ville blot være, at en række mindre bryggerier måtte indstille deres virksomhed.

Da et forbud mod reklame for stærke drikke ikke kan forventes at have nogen nævneværdig virkning på alkoholforbruget i

[Biltzing.]

det hele taget og næppe nogen virkning overhovedet på et alkoholmisbrug, men tværtimod vil have en række uønskede virkninger, kan venstre ikke medvirke til gennemførelsen af dette forslag.

**Voigt (FP):**

Fru Inge Krogh sagde i sin tale før, at jeg selvfølgelig kunne hente mine pilsnere selv, og det er da også rigtigt nok, men det kunne jo være, jeg var så fuld, at jeg ikke kunne hente dem. Fru Hanne Reintoft sagde, at hun ikke havde fantasi til at forestille sig situationen. Dertil må jeg sige, at jeg tillægger heller ikke fru Hanne Reintoft nogen som helst form for fantasi.

Jeg sagde om det forrige forslag, at det var meget ubegavet, og jeg ved ikke, om jeg kan finde et udtryk, der er værre end det for dette forslag, men det skriger jo simpelt hen til himlen. Nu må en øl ikke længere hedde en øl, og man må ikke sige „Dubonnet, s'il vous plaît“ eller „Op på mærkerne! Snup en Underberg!“ Jeg kunne egentlig unde kristeligt folkeparti, at de prøvede at snuppe sådan en bitter om morgenen og mærkede, hvor dejligt det er, når den varmer.

Det værste ved dette forslag er jo, at man glemmer, der er noget, der hedder en forretning. Man glemmer, at der er noget, der hedder firmaer, som i forvejen er belagt med restriktioner og formynderi og afgifter af det høje ting, og dem vil man nu spænde ben for, ved at de ikke må reklamere med deres produkter. Har kristeligt folkeparti egentlig tænkt på i denne tid, hvor man taler om, at man har vrøvl med økonomien inden for hele bladverdenen, hvilke enorme annonceindtægter bladene ville gå glip af? Jeg tror nok, at hele den branche, som kristeligt folkeparti her faktisk er ude på at slagte, tegner sig for en meget, meget stor del af bladenes annonceindtægter.

Men lad mig sige, at der er intet, absolut intet, der mere kan overraske mig, når det kommer fra kristeligt folkeparti. Jeg venter faktisk, at der om kort tid kommer et lovforslag om, at nu må unge mennesker under 18 år ikke længere have kønslig omgang med hinanden. Det kan jo være, at man strækker sig så vidt at sige, at det må man godt onsdag og lørdag, men det er slet ikke

utopi at tro, at noget sådant kan komme fra kristeligt folkeparti.

Jeg vil da egentlig anbefale kristeligt folkeparti, nu hvor vi har fået en forbrugerombudsmand krænget ned over hovedet, at man går hen og overrækker ham dette forslag. Jeg vil egentlig godt være med ved denne overrækkelse, idet det kunne være sjovt at se, hvordan hans ansigt først ville forstene, hvorefter det en 20 sekunder efter ville flække i et stort grin.

Jeg ved ikke, om kristeligt folkeparti har misforstået mig, men jeg håber da ikke, at jeg har givet udtryk for, at mit parti kan tilslutte sig en velvillig udvalgsbehandling. Så ubegavet tror jeg ikke selv kristeligt folkeparti kan være.

**Formanden:**

Det er en fordel, når talen handler om det forslag, der er fremsat.

**Lone Dybkjær (RV):**

Der er en række reklamer for stærke drikke, der stærkt har irriteret mig, men unægtelig af helt andre årsager end dem, der ligger til grund for kristeligt folkepartis forslag. Jeg tænker her på reklamer for whisky, der hedder „Hans bil — hans whisky — hans pige“. Jeg så såmænd også personligt gerne, at vi fik mindre reklamer for, at vi ustandselig skal have et merforbrug, men jeg kan ikke lide, at man bare piller et enkelt område ud.

Jeg skal derfor på det radikale venstres vegne afvise forslaget under henvisning til de bemærkninger, handelsministeren har gjort.

**Annelise Gottfredsen (KF):**

Kristeligt folkeparti nævner i sine bemærkninger til forslaget, at Nordisk Råd den 18. februar 1974 i en rekommandation har vedtaget at anbefale regeringerne at indføre forbud mod alkoholreklame i Norden. Det er naturligvis sandt, at et flertal i Nordisk Råd har vedtaget denne rekommandation, men det havde måske været mere ærligt at sige hele sandheden, nemlig at kun 2 danske medlemmer stemte for, mens 10 danske medlemmer stemte imod.

Kristeligt folkeparti benytter denne rekommandation som støtte for sit forslag til folketingsbeslutning om forbud mod rekla-

[Annelise Gottfredsen.]

mering for stærke drikke med det formål at mindske alkoholmisbrug, og det formål kan ingen vel indvende noget imod, men jeg tror ikke, at det er korrekt, at der finder et særligt misbrug sted her i Danmark. De frie forhold på alkoholsalgets område har medført et mindre anspændt forhold til alkohol her end i mange andre lande, og alkoholforbruget pr. faktisk forbruger er relativt lavt, og som følge heraf er misbruget naturligvis beskedent. Jeg kan således nævne, at en nordisk statistik fra 1972 viser, at der pr. 1.000 indbyggere over 15 år i Danmark blev foretaget 5,7 anholdelser for beruselse. Tallet var for de øvrige nordiske lande langt højere, for et enkelt land 10 gange så højt.

Undersøgelser har i øvrigt påvist, at reklame som sådan ikke har en forøgende effekt på det totale alkoholforbrug, og at reklame næsten udelukkende medfører en omfordeling af forbruget mellem de forskellige mærker. Et reklameforbud ville i hvert fald for øls vedkommende i højere grad gå ud over de mindre udbredte mærker end de mere landsdækkende, hvilket kan give særdeles uønskede beskæftigelsesproblemer.

Når jeg nu er kommet ind på beskæftigelsesproblemer må jeg sige, at det også vil være særdeles mærkbart for den i forvejen hårdt betrængte dagspresse, såfremt den måtte undvære indtægten ved annoncering for stærke drikke.

Det er givet, at der findes en lille gruppe alkoholforbrugere, hvis problemer med alkohol er dybt beklagelige. Det er imidlertid helt andre midler, der skal sættes ind over for egentlig alkoholisme, der ifølge den medicinske sagkundskab skal betegnes som en sygdom.

Alkoholikere vil let kunne skaffe sig de ønskede varer ganske uafhængigt af, om der reklameres eller ej. Vi kan således ikke anbefale vedtagelsen af et forslag, der i den grad griber ind i muligheden for et frit forbrugsvalg. Det kan ikke være meningen, at staten bestandig skal udvide sit formynderi over det enkelte menneske. Der må også være plads for at tage et personligt ansvar for sine handlinger.

Vi må altså afvise forslaget og skal blot udtrykke et ønske om, at branchen vil fortsætte med at udøve den selvjustits ved re-

klamering for stærke drikke, som vi mener det hidtil har været tilfældet.

**Poul Dam (SF):**

Alkoholreklameringen har beriget vort sprog med en række udmærkede fyndord, og jeg har i øjeblikket navnlig brug for det, der hedder „Giv mig styrke“.

Kristeligt folkeparti har igen ved dette forslag demonstreret, at de ikke forstår ret meget af sammenhænge her i samfundet, navnlig ikke af sammenhænge, der har at gøre med pædagogik og menneskelig adfærd.

Vi har i Danmark, hvor der er en meget fri reklamering, et større alkoholforbrug end i andre lande, de lande, vi nærmest sammenligner os med, men vi har et mindre alkoholmisbrug. På danske højskoler er der et ret stort alkoholforbrug, men der er mindre misbrug end på svenske højskoler, hvor der er alkoholforbud, og hvor man lever i et miljø, hvor der så at sige ikke er reklamering for stærke drikke.

Forbud er ikke vejen, og det var da også det, der blev sagt i Nordisk Råd, da denne ulyksalige rekommandation blev vedtaget. Det er et af de mange smukke eksempler på, at Nordisk Råd vedtager rekommandationer hen i vejret, nemlig i en situation, hvor de færreste har læst, hvad det egentlig er, det drejer sig om. De danske deltagere i Nordisk Råds møde stemte hovedsagelig imod rekommandationen. De, der stemte for rekommandationen, gjorde det ud fra et synspunkt, som jeg i og for sig ikke er uenig i, nemlig at reklamer som helhed er noget forkert. Men at tage disse særlige reklamer ud, anså de fleste danske deltagere for at være meningsløst, formålsløst, ja direkte formålsstridigt. Det er ikke den måde, man bekæmper alkoholmisbruget på.

For resten kunne man selvfølgelig godt, hvis man var ondskabsfuld, unde regeringen at få lov til at forsøge at lave dette lovforslag. Hvordan man egentlig laver sådan et effektivt lovforslag, det kunne jeg godt lide at vide. Nordmændene har lige sat en lov i kraft pr. 1. april — en meget passende dato — hvorefter man ikke mere må reklamere i trykte skrifter i Norge. De har ikke fundet ud af, hvad man skal gøre med film og lysreklamer og med blade, der kommer fra udlandet og alt muligt andet, for slet ikke at tale om de mærkelige reklamer, der smugler

[Poul Dam.]

sig ind i fjernsynet, og vi vil få nøjagtig de samme problemer.

Forslaget her kan ikke bruges. Det strider mod sin egen hensigt, men det demonstrerer meget godt, hvorledes kristeligt folkeparti tror, at alle problemer i dette liv kan klares med forbud.

### Hanne Reintoft (DKP):

Vi kan heller ikke medvirke ved gennemførelsen af dette forslag til folketingsbeslutning af flere grunde.

For det første, som jeg sagde allerede ved det forrige forslags behandling, fordi vi mener, at der skal en anden indsats til, en pædagogisk og en oplysende og en behandlende indsats, og fordi jeg også her mener, at kristeligt folkeparti igen skyder forbi målet og slet ikke ser, hvad der virkelig er årsagerne til det alkoholmisbrug, vi selvfølgelig kan være enige om at være bekymrede over.

Det er også ulogisk og dårligt gennemtænkt på andre måder, for der er så mange ting, vi reklamerer for. Der er fødevarer tilsat forskellige stoffer, som er meget usunde, der er tobak, der er så meget. Det eneste, jeg kan sige af positivt, er, at vi for så vidt ikke havde noget imod at gå ind i en generel drøftelse om reklamer og reklamens værdi, fordi vi meget gerne vil have, at reklame i al almindelighed kun skulle tillades, hvis den var informativ, hvis den var saglig, hvis den simpelt hen havde en funktion.

I den forbindelse ville vi godt være med til at diskutere det, men løsrevet kan jeg henholde mig til, hvad der i øvrigt er sagt, og jeg mener, forslaget helt skyder forbi sin egentlige hensigt.

### Ordføreren for forslagsstillerne (*Inge Krogh*) (KrF):

Som det allerede er nævnt flere gange, anbefalede Nordisk Råd i 1974 de nordiske regeringer, at der blev indført forbud mod reklame for alkohol i Norden. Jeg har regnet med, at det var det første forsøg, der blev gjort på at føre den rekommandation ud i livet, og handelsministeren har sådan set bekræftet, at der ikke er foretaget noget.

I 1973 anbefalede Europarådet at ophøre med reklame for disse ting, idet man henviste til, at man ikke kan forsvare at rekla-

mere for stoffer, der er skadelige, som forårsager trafikskader, når man er påvirket, og som medfører mange sociale og psykiske skader.

Der blev under behandlingen i Nordisk Råd fra dansk side sagt, at reklamen ikke ville påvirke forbruget eller misbruget. Det er da et spørgsmål, om man så ville ofre penge på reklame. Når man reklamerer, er det vel, fordi man mener, at man på en eller anden måde får sine penge igen, ellers ville man vel næppe reklamere.

Reklame er forbudt i Norge, og det er forbudt i Island. Der bliver stadig talt om det store forbrug i de andre nordiske lande, hvor man har flere restriktioner, men det viser sig ganske klart, at Danmark ligger i spidsen med et forbrug på 8,34 l ren alkohol om året pr. person, og i Norge er det så lavt, som jeg nævnte før, 2,8 l, i Finland 5,6 l og i Sverige 5,5 l, så det kan altså ikke helt stemme med de oplysninger, der kom.

Fra dansk side blev det også under forhandlingerne i Nordisk Råd sagt, at der ikke var nogen sociale problemer, forårsaget af alkohol. Det må bero på en misforståelse. Ca. 30 pct. af indlæggelserne på mandsafdelingerne på statshospitalerne er forårsaget af lidelser, der står i forbindelse med alkohol, hvor alkohol enten er hovedårsagen eller en af de medvirkende årsager. I året 1973-74 var der i Danmark på statshospitaler og afvænningsinstitutioner indlagt over 11.000 mennesker. Jeg kender ikke indlæggelsestiden, men det er i hvert fald ikke noget, der har været billigt.

Så kan man sige, som hr. Voigt sagde, at vores dagspresse tjener så meget på alkoholreklame, men samfundet giver bestemt pengene ud på en anden måde; der ligger masser af tragedier bag ved følgerne af alkohol.

Der reklameres for alkohol på en måde, så det romantiseres. Man fremstiller det i afslappede situationer og omtaler ikke nogen af de følger, der kan blive af alkohol. Der står: „Slap af — få kontakt“, „Skænk vin — skænk glæde“, „Hold jul under den rigtige stjerne — drik Jägermeister“. Og så har vi det på husmurene, som hr. Poul Dam ganske rigtigt sagde, plakater, hvor der står: „Giv mig styrke“. Det er altså det, man ville mene var en bøn til en højere magt, hvad hr. Poul Dam måske kunne

[Inge Krogh.]

trænge til, men det er en bøn til en Dortmund. Og så ser man på disse husmure, at der står en forsagt lille mand ved siden af nogle vældige kvindebryster. Jeg kan også nævne en anden reklame: „På skovtur med den friske kolde snaps“. Man må håbe, at de er kommet derud pr. tog og ikke pr. automobil, som handelsministeren ganske rigtigt sagde.

Så er der visse regler for reklamering for alkohol. Det mærkelige er, at staten betaler en del af reklamen. Selvfølgelig betales der told af sherry, der indføres fra Spanien, men en vis procentdel af den told, som staten får ind, skal bruges til reklame. Der er forhandlinger om, at det samme skal ske med whisky fra Skotland.

Så er der nogle, der bekymrer sig om, hvordan man skal markedsføre nye alkoholprodukter, når der ikke kan reklameres. Der kan selvfølgelig udsendes branchetidsskrifter og omtales prislister til forhandlere, men reklame bør efter min mening forbydes i aviser og blade, på plakater ved sportsstævner og i tv og radio, hvor det er en meget kedelig ting, at vin ofte udsættes som præmier ved konkurrencer.

Hermed sluttede forhandlingen.

*Forslagets overgang til anden (sidste) behandling*  
vedtoges uden afstemning.

#### Formanden:

Jeg foreslår, at forslaget til folketingsbeslutning henvises til retsudvalget. Hvis ingen gør indsigelse mod dette forslag, betragter jeg det som vedtaget. (Ophold). Det er vedtaget.

Der er ikke mere på dagsordenen.

Kommunaludvalget har afgivet betænkning over forslag til lov om ændring af lov om foranstaltninger til tuberkulosens bekæmpelse. Eksemplarer vil blive omdelt.

Finansudvalget har afgivet betænkning over den af statsrevisorerne afgivne betænkning over statsregnskabet for finansåret 1972-73. Eksemplarer vil blive omdelt.

Folketingets næste møde afholdes i morgen, fredag den 18. april, kl. 11 med følgende dagsorden:

#### 1) Tredje behandling af:

Forslag til lov om erhvervsregisteret.

#### 2) Tredje behandling af:

Forslag til lov om ændring af merværdiafgiftsloven. (Forhøjelse af beløbsgrænser m. v.) [optaget af Anders Andersen].

#### 3) Første behandling af:

Forslag til folketingsbeslutning om afskaffelse af folketingsmedlemmers adgang til at oppebære aflønning som tjenestemænd m. v. samtidig med folketingsvederlag [af Poulsgaard m. fl.].

#### 4) Første behandling af:

Forslag til lov om ændring af lov om administration af Det europæiske økonomiske Fællesskabs forordninger om etablering af en fælles strukturpolitik for fiskerisektoren og om den fælles markedsordning for fiskerivarer m. v.

#### 5) Første behandling af:

Forslag til lov om ændring af lov om landbrugsejendomme. (Ophævelse af bopælspligt m. v.) [af Ove Jensen m. fl.].

#### 6) Første behandling af:

Forslag til lov om ændring af lov om indkøbsforeninger for mindre jordbrugere.

#### 7) Første behandling af:

Forslag til lov om ændring af lov om tilskud til den landøkonomiske konsulentvirksomhed.

#### 8) Første behandling af:

Forslag til lov om foderstoffer.

#### 9) Første behandling af:

Forslag til folketingsbeslutning om ændring af lov om folkepension og af lovgivningen om pensionistbeskatningen [af Hanne Reintoft m. fl.].

#### 10) Første behandling af:

Forslag til folketingsbeslutning om kvindernes ligestilling i det danske samfund [af Hanne Reintoft m. fl.].

Mødet hævet kl. 17.26.