

[Pilgaard Andersen]

hold til alkohol. Der vil også være en vis almindelig stigning i alkoholforbruget pr. individ. Men det kan man ikke udlægge sådan, at der er et stigende alkoholproblem; det er ikke korrekt at udlægge det på den måde.

**Hans Jørgen Jensen (S):**

To ting. Den første er til fru Karen Thurøe Hansen. Jeg talte ikke om undersøgelsen; jeg sagde tværtimod, at denne undersøgelse er ganske unødvendig. Vi ved tilstrækkeligt om disse ting, der skal bare ske noget effektivt. Derfor spurgte jeg fru Karen Thurøe Hansen, om det konservative folkeparti vil være med til at finde nogle af de penge, der skal til for at lave et effektivt oplysningsarbejde. Jeg sagde yderligere, at jeg ikke var interesseret i nogen form for restriktioner som de svenske med forbud af nogen art. Det er et oplysningsarbejde, man skal have.

Til hr. Pilgaard Andersen kan jeg sige: norsk LO og den norske arbejdsgiverforening har indgået en aftale om, at der indbetales penge til en pulje, sådan at man kan komme drikkeriet til livs ude på arbejdspladserne. Jeg kan fortælle hr. Pilgaard Andersen, at der også i Danmark foregår forskellige aktiviteter i retning af et oplysningsarbejde ude på arbejdspladserne, fordi der også i Danmark findes et langt større forbrug, end heldigt er. Derfor kan jeg sige, at der er et stort problem også ude på mange arbejdspladser, hvor kammerater, misforstået, somme tider nyder en øl med andre kammerater, hvor man sætter en mekanisme i gang, som fører ud på værtshusene, hvor ugelønnen bliver brugt. Alle de ting finder sted i tusindvis af tilfælde. Det kan jeg fortælle hr. Pilgaard Andersen meget om ved en anden lejlighed; der er ikke tid til mere nu.

(Kort bemærkning).

**Inge Krogh (KrF):**

Hr. Hans Jørgen Jensen siger, at vi ved tilstrækkeligt om, at statens udgifter ved alkohol langt overgår indtægterne. Det er der nogen der ved noget om, men der er mange, der svæver i en absolut uvidenhed om det. Jeg tror, at dette, at vi har haft en diskussion om det her, kan åbne øjnene på nogle.

Så bliver der hele tiden talt om oplysning, og det koster også penge. Men hvis man så de nøgne tal for, hvad alkoholmisbruget ko-

stede, ville det vel bevirke, at man ofrede noget på oplysningen.

(Kort bemærkning).

**Pilgaard Andersen (FP):**

Jeg vil bare lige sige til hr. Hans Jørgen Jensen, at dette selvfølgelig igen er en af de socialdemokratiske ideer med, at der skal indbetales til en fond til oplysning om disse ting. Jeg er overbevist om, at arbejdsgiverne selv er interesserede i at løse disse problemer. Det er også et økonomisk spørgsmål. Kollektiv afstrafning er vanvid. Jeg håber, I ikke får fremmet jeres ideer på dette område.

Hermed sluttede forhandlingen.

### *Afstemning*

Forslagets overgang til anden (sidste) behandling

vedtoges uden afstemning.

**Tredje næstformand (Ove Jensen):**

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

Den næste sag på dagsordenen var:

### **9) Første behandling af:**

*Forslag til folketingsbeslutning om forbud mod reklamer for stærke drikke.*

[Af Inge Krogh (KrF) m. fl.].

(Beslutningsforslag nr. B 94. Fremsat 20/3 80).

Forslaget sattes til forhandling.

### *Forhandling*

**Indenrigsministeren (Henning Rasmussen):**

Som det også fremgår af begrundelsen for forslaget, er det i løbet af de sidste år blevet behandlet og forkastet her i folketinget flere gange. Jeg er enig med forslagsstillerne i, at vi her i landet har et alkoholproblem, som giver meget store menneskelige og sociale problemer, og som også belaster samfundet

[Indenrigsministeren]

økonomisk, et problem, som i høj grad må have vor interesse her i Folketinget.

Kristeligt folkeparti stiller så det umiddelbart set rigtige forslag om forbud mod reklamering for stærke drikke. Der er blandt sagkyndige og andre interesserede delte meninger om, hvorvidt et forbud vil have de positive virkninger med hensyn til forbrug og misbrug af stærke drikke, som forslagsstillerne håber på.

Den overvejende opfattelse har nok været den, at nytten af et forbud var så tvivlsom, at man burde lade være med det.

Det har også vist sig i andre lande, at der har været udstående stor opfindsomhed med hensyn til omgåelse af forbud mod reklamering. Der er altså også praktiske problemer i forbindelse med gennemførelsen af et eventuelt forbud.

Men selv om der således er delte meninger om virkningen, er der ingen uenighed om, at der må stilles meget strenge krav til formen og indholdet af den reklame, som produceres på alkoholområdet. Alkoholmisbrug skaber så store problemer for mange mennesker, at det ville være uacceptabelt, om annoncerne benyttede en pågående og idealiserende form, og om de henvendte sig særlig til de mest påvirkelige og udsatte grupper i samfundet.

Det er en af årsagerne til, at øl-, vin- og spiritusbrancherne har indgået en aftale, som medfører væsentlige begrænsninger i alkoholreklamens indhold. Aftalen er udformet som retningslinjer, 10 i alt, for de nævnte branchers medlemmer, og jeg skal her måske blot nævne, at retningslinjerne skulle hindre det, man kan kalde den pågående, forherligende og tilskyndende reklame.

Retningslinjerne er siden reklameforbudets sidste behandling her i Folketinget blevet udvidet med regler, dels om at der ikke må reklameres med et stort eller større indhold af alkohol, dels om reklamering på sportsbeklædning. Hele dette alkoholreklameområde er et område, som forbrugerombudsmanden beskæftiger sig med.

Det er naturligvis et spørgsmål, om det er tilstrækkeligt, og regeringen vil, uanset den tvivl der er om den positive virkning af et forbud, fordomsfrit vurdere det foreliggende forslag. Vi vil bl. a. gerne gå ind i undersøgelser af, hvordan forbuddet virker i andre lande, og vurdere, hvad der i øvrigt måtte

være foreliggende af nyere oplysninger om virkningen af hele eller delvise forbud mod alkoholreklamer.

**Jimmy Stahr (S):**

Sidst, vi behandlede dette forslag, tilsagde jeg forslaget en vis sympati. Denne sympati er ikke blevet mindre, tværtimod, og jeg kan på den socialdemokratiske gruppes vegne meddele, at vi vil medvirke til et positivt udvalgsarbejde angående dette forslag. Vi vil prøve at grave i problemerne og undersøge bl. a., hvordan aftalerne med brancheforeningerne har virket.

Jeg vil altså ikke her i dag afvise forslaget. På den anden side kan jeg ikke anbefale det, før vi har været igennem udvalgsarbejdet.

**Mette Madsen (V):**

Vi må fra venstres side sige, som vi har sagt, de andre gange vi har debatteret forslag fra kristeligt folkeparti om et forbud mod reklamering for stærke drikke, at det kan vi ikke støtte. Det kan vi ikke, fordi vi har erfaring for, at man, i de lande hvor man har forbud mod alkoholreklamer, meget fikst har kunnet omgå det; der går ligefrem sport i at gøre reklameringen lovlig og gøre det så vittigt og underfundigt som muligt. Da vi i retsudvalget sidste gang beskæftigede os med et lignende forslag, fik vi nogle eksempler på, hvordan man i Norge omgik dette forbud mod reklamering. De ting, vi så, var altså virkelig sådan, at jeg simpelt hen husker dem ganske tydeligt endnu, to år senere. Man lægger mærke til en sådan lovlig reklamering på et ulovligt område. Man morer sig over det, man citerer dem til venner og bekendte, og man husker dem meget længe. Jeg kan henvise til et bilag fra retsudvalget i anden samling, 1977, bind 19, bilag 6; dér kan man se ganske tydeligt, hvad jeg her taler om.

Der er i branchen en moralkodeks, som branchen selv har pålagt sig. Man har nedfældet nogle regler for reklame og andre salgsfremmende foranstaltninger, og vi har også set, at man er meget lydhor over for, hvad Folketinget påpeger som ønskeligt, når man udfærdiger denne liste. Jeg har selv, sidste gang vi debatterede dette, sagt, at jeg ville ønske, man ville afstå fra den form for reklame, hvor man opstiller en konflikt og så anviser en drink som en løsning på proble-

[Mette Madsen]

met, fordi vi fra samtaler med læger og andre, der arbejder med alkoholmisbrugere, ved, at mange menneskers alkoholmisbrug netop er begyndt i en periode, hvor de har stået i en problemfyldt situation. Det har jeg sagt den 16. januar 1976, og vi har i et bilag til retsudvalget fra 29. september 1977 netop set, at man har taget dette punkt med i denne moralkodeks under punkt 7, hvor der står, at reklamens udformning i såvel tekst som billeder bør undgå, at reklamerne præsenterer alkohol som et middel til lindring eller overvindelse af sociale og psykiske problemer. Det viser også, at man inden for denne branche er meget lydhør over for, hvad folketinget udtaler ønske om.

Der er ingen, der kan være i tvivl om, at venstre, i de debatter vi har haft om alkoholmisbrug, har taget dette problem op og angrebet det på de punkter, hvor vi mente der burde sættes ind. Jeg synes, at vi har taget mange skridt i den rigtige retning siden 1974, da venstre rejste dette emne i folketinget.

Vi har fået flere penge, vi har fået intensiveret oplysningen i skolerne, vi har fået udsendelsesrækker i TV, og vi har på mange punkter fået sat arbejdet i gang. Jeg vil gerne benytte denne lejlighed til at takke den nuværende indenrigsminister for, at han, i hver eneste debat hvor man har talt om alkohol – det var også i debatten om volden i samfundet – har vist en meget positiv indstilling til at intensivere og give flere penge til ethvert arbejde, der kunne bekæmpe alkoholmisbrug her i landet.

#### **Annelise Gotfredsen (KF):**

Jeg skal ikke forlænge debatten meget. Dette forslag har jo været fremme adskillige gange, og jeg kan henvise til, hvad jeg sagde i folketingssamlingen 1976–77, 2. saml., Folketingstidende 1976–77, sp. 2944, hvor jeg igen henviste til, hvad vi havde sagt ved tidligere lejligheder. Vi mener ikke, det er rimeligt at forbyde at reklamere for en vare, som det er frit og lovligt at sælge; det forekommer mig at være hyklerisk at gøre det. Der findes, som både ministeren og tidligere ordførere har nævnt, retningslinjer i reklamebranchen, og jeg synes, at denne selvjustits udøves på en fortrinlig måde. Vi mener derfor ikke, at vi kan støtte dette forslag.

#### **Pilgaard Andersen (FP):**

Vi kan under ingen omstændigheder støtte dette forslag, da det indeholder forbud, og vi har ikke den opfattelse, at samfundet skal indrettes med forbud; vi mener, det skal være frit. Det skal selvfølgelig være op til det enkelte firma, om det ønsker at reklamere, eller det ikke ønsker at reklamere. Det er aldrig nogen sinde bevist, at forbud har skabt goder i vores samfund. Vi skal have et frit samfund, og det er det, fremskridtspartiet ønsker at arbejde henimod.

Hvis et sådant beslutningsforslag skulle blive vedtaget, er det ganske katastrofalt. Jeg tænker på, at det i alle de firmaer, som arbejder med reklame, vil medføre afskedigelser. Også for dagbladene vil det medføre likviditetsproblemer, hvis man forbyder reklamen. Vi ved jo, at der er opstået en lang række problemer for de sportsklubber, som før i tiden har fået en vis støtte fra Spritfabrikkerne. Vi ved, hvad der skete f. eks. i Odense, hvilke problemer de kom ind i. Vi kan også nævne, at både Carlsberg og Tuborg trods alt har støttet en lang række klubber. Det har været med til at støtte ungdomsarbejdet, også inden for ungdomsklubberne. Vi ved også, hvad det betød, da f. eks. Jägermeister holdt op med at støtte B 93; det betød, at hele ungdomsarbejdet nærmest gik i stå. Jeg synes, at en lang række af de problemer også skal tages med ind i overvejelserne.

Jeg tror ikke en døjt på, at et reklameforbud vil hjælpe noget som helst. For min skyld kan vi godt sende forslaget direkte til anden behandling uden udvalgsbehandling.

#### **Marianne Bentsen-Pedersen (SF):**

Jeg vil gerne sige, at vi fra SFs side ser med stor bekymring på alkoholmisbruget i vores samfund, og vi ser især med bekymring på det, når det drejer sig om de unge. På den anden side vil jeg sige, at det alkoholmisbrug, der finder sted, er et symptom og ikke, som det fremgår af dette forslag, noget, som skyldes reklamen. Jeg vil gerne her henvise til det indlæg, fru Birthe Nielsen havde i debatten om det sidste forslag, der blev behandlet.

Om symptomerne kan jeg sige, at jeg kender da folk, der er døde af alkoholmisbrug. Jeg har venner, der har forsøgt selvmord på grund af de psykiske problemer, de har haft,

[Marianne Bentsen-Pedersen]

og som har udløst et alkoholmisbrug, og jeg havde en ven, for hvem det lykkedes at begå selvmord på grund af de psykiske problemer, som drev ham ind i et alkoholmisbrug. Men ingen skal få mig til at sige, at det ikke var sket, hvis vi ikke havde haft reklame for alkohol. Jeg synes, det er fantastisk, når der i bemærkningerne står, at et forbud mod reklamering for stærke drikke vil være et væsentligt bidrag til løsning af disse problemer. Jeg synes, det er en så overfladisk måde at tackle et så alvorligt problem på, at det – ja, det taler for sig selv.

Jeg vil da gerne sige, at vi fra SFs side ikke er særlig positivt indstillet over for reklamer i det hele taget, for vi mener, de er med til at styre vores forbrug. Men derfra og til at sige, at det skaber et alkoholmisbrug, er der temmelig langt, synes jeg nok. Der kunne være mange andre ting, som var skadelige eller overflødige, og som der heller ikke skulle reklameres for. Men jeg vil da meget gerne være med til, som det også er blevet sagt fra ministerens side, at foretage en undersøgelse af forbindelsen mellem reklame og alkoholmisbrug, og resultatet af den vil jeg så afvente.

**Aase Olesen (RV):**

Vi har tidligere afvist dette forslag med henvisning til, at vi ikke har den store tiltro til en forbudspolitik. Vi havde dengang i retsudvalget en drøftelse af de frivillige begrænsninger, som branchen har pålagt sig selv i retning af, hvem og hvad man må vise i alkoholreklamer. Det er min fornemmelse, uden at jeg har nogen konkret statistik at bygge på, at annonceringen i de senere år er blevet ret pågående især over for de unge forbrugergrupper, og jeg vil godt være med til i udvalget at undersøge, om vi uden en egentlig forbudspolitik kan komme et stykke vej i retning af at undgå vildskud som f. eks. den sammenblanding af alkohol og sport, som ministeren nævnte.

Men med henvisning til mit indlæg under forrige punkt på dagsordenen vil jeg sige, at der efter det radikale venstres mening formentlig er andre tiltag, herunder oplysningsarbejdet, som det vil være mere meningsfuldt at sætte ind på end skrappe forbud.

**Arne Melchior (CD):**

Det ville jo være hykleri, hvis en talsmand for mit parti ville nægte kendskab til problemer, som opstår på grund af alkohol. Ikke desto mindre må jeg, som det er sket ved tidligere lejligheder her i tinget – jeg har selv en af gangene været ordfører ved behandlingen af et tilsvarende forslag – afvise at medvirke til en gennemførelse af det. Det er en kendt ting, at for lidt og for meget fordærver alting, men vi kan ikke af den grund gå videre henimod en formyndermentalitet over for en befolkning, som har skaffet sig et undervisnings- og uddannelsesvæsen på et agtværdigt plan. Jeg tror, jeg en tidligere gang anbefalede kristeligt folkeparti at sylte dette forslag i sprit. Jeg kan forstå, at man har lyst til at tage det frem en gang imellem, og det har jeg respekt for. Kan det holde en debat i gang netop om risikoen ved misbrug, gør det da i hvert fald den nytte. Vi har i anledning af den fornyede fremsættelse overvejet den form, som man har i visse lande, at der på enhver tobakspakning er givet meddelelse om, at indholdet af pakken er skadeligt – der kunne måske være tilføjet »i hvert fald ved indtagelse i store doser« – og vi har så seriøst, som vi nu har formået i denne sammenhæng, overvejet, om det var en vej. Det være hermed sagt til forslagsstillerne som et led i en brainstorming, men forslaget i den her foreliggende form kan vi ikke nu eller senere medvirke til.

**Wilhelm (VS):**

Fru Inge Krogh sagde ved behandlingen af det forrige forslag, at kristeligt folkeparti fandt, at en førstebehandling ikke var nok, men man kunne måske nok spørge, om fem førstebehandlinger ikke var tilstrækkeligt. Dette forslag har jo været fremsat et sådant antal gange. Sidste gang det var oppe, sagde ministerens forgænger noget, som jeg synes fortjener at blive sat i ramme. Det lykkedes ham i én sætning at få sagt følgende:

»Forslagsstillerne ved også, at forbuden frugt smager bedst, og at man ikke løser et problem ved at stikke hovedet i busken og tro, at den hellige grav er vel forvaret«.

Hvis vi troede på, at et reklameforbud kunne forhindre den slags fordrukkent sludder, kunne man næsten blive tilhænger af det, men det tror vi ikke engang det kan.

[Wihjelm]

Dette skal ikke tages som en underkendelse af alvoren i alkoholproblemet. Vi synes også, der kunne være god grund til at få set på, hvad erfaringerne har været med den reklamekodeks, som ministerens forgænger omtalte ved den sidste behandling af dette forslag, altså de syv punkter, der siden er blevet udvidet med endnu et par punkter. Hvad har egentlig erfaringerne været med det? Men der er ikke meget, der tyder på, at forslagsstillerne har interesseret sig rigtig for det, for bemærkningerne er jo aldeles intetsigende på det område.

Den socialdemokratiske ordfører udtrykte sympati og sagde, at det gjorde han også sidst. Men han gjorde også noget andet sidst, og det vil jeg gerne citere, for det synes jeg var godt og fornuftigt. Han sagde sidst:

»Men jeg vil finde det noget bagvendt at tage en ganske lille del af reklamen ud og forbyde den. I virkeligheden er det spørgsmålet, om ikke den stadige strøm af pågående reklamering om at købe nye biler, købe nyt fjernsyn og nyt hus, større hus, ny fryser osv. virker endnu mere stimulerende på alkoholforbruget for dem, der ikke føler, at de kan slå til.«

Jeg synes, det var en rigtig sammenhæng at se disse ting i, og vi tror ikke en døjt på, at et isoleret forbud mod reklame for stærke drikke eller alkoholiske drikke vil hverken virke eller kunne administreres. Der er omgælsmuligheder i mere snedige former for reklame, hvis man gør dette. Vi synes også, at det underkender den sammenhæng, som hr. Jimmy Stahr gjorde meget ud af sidst, men desværre ikke gjorde så meget ud af denne gang.

Derfor tror vi ikke på et forslag af denne art. Vi vil gerne være med til at diskutere andre muligheder, men tror altså ikke på, at dette lader sig gøre. Vi synes, at også reklameproblemet må ses samlet. Vi synes, der kunne være masser af andre grunde til at kigge på hele det problemkompleks, som hr. Jimmy Stahr var inde på sidst. Vi synes måske ikke mindst, der kunne være det i en situation, hvor man bruger milliarder af kroner til at appellere til et unødvendigt forbrug og er nødt til at gøre det via reklame, og derfor kan jeg da tilsige forslagsstillerne, at hvis de skulle finde på at fjerne de sidste tre ord i forslagets titel og de sidste tre ord i forslagets tekst, vil VS støtte forslaget.

### Lis Starcke (DR):

At retsforbundet ikke kan støtte dette beslutningsforslag betyder ikke, at vi er blinde for de store alkoholproblemer, der eksisterer, men vi mener ikke, at et forbud mod reklame løser problemerne.

Langt snarere er det de forhold, som blev nævnt under behandlingen af det forrige beslutningsforslag, som vi skal sætte ind på, nemlig at fjerne årsagerne til misbrug og at fremme både undersøgelser og også den dyberegående forskning.

Hvis ord kunne løse alkoholproblemerne, var de jo løst for længst. Jeg er derfor enig med hr. Hans Jørgen Jensen i, at det er handling, der skal til, og jeg kan ikke se anden vej, end at vi må forstærke vore anstrengelser for at forbedre oplysningen både i hjem, i skole og gennem massemedierne, vi må forstærke vore anstrengelser for at forebygge, og vi må forbedre den behandling, vi giver dem, der lider under alkoholmisbrug.

Om vi skal have et permanent udvalg, som det er foreslået af fru Aase Olesen, ved jeg ikke, men i alt fald mener jeg, at vi atter og atter må drøfte, hvor og hvordan vi kan sætte ind med mere virkningsfulde foranstaltninger end dem, som vi hidtil har kunnet finde frem til.

### Inge Krogh (KrF):

Jeg vil gerne sige tak til ministeren for den meget positive modtagelse af forslaget og løftet om fordomsfrit at ville gå ind for en undersøgelse af, hvordan det har virket med forbud mod reklamer i vore nabolande. Jeg må også sige tak til hr. Jimmy Stahr, fordi forslaget i hvert fald ikke bliver afvist, før man har set resultatet af disse undersøgelser.

Fru Mette Madsen talte en del om, at reklameforbuddet kan omgås, og at det omgås i Norge og Sverige. Jeg tror nok, man skal være temmelig erfaren for at kunne tyde de annoncer; jeg kan i hvert fald ikke tyde dem. Jeg har somme tider fået en forklaring på dem, men jeg tror som sagt, man skal være erfaren. Der var en reklame, der hed: »Sort og hvid søger selskab«. Jeg anede ikke, at det havde noget med whisky at gøre, men det fik jeg at vide. Det kan i hvert fald ikke omvende nogen sjæle, der ikke kender til det.

Fru Annelise Gotfredsen talte om, at forbud mod reklame for alkohol var hykleri.

[Inge Krogh]

Hvorfor er det hykleri? Alkohol er jo en gift, hvis vi virkelig skal se på det.

Det er blevet sagt, at det er femte gang, vi fremsætter dette forslag, men jeg må da også sige, at jeg faktisk hver gang har kunnet se, at der er sket en vis sanering af reklamen. F. eks. blev der efter første gang, vi havde fremsat forslaget, af alkoholbranchens folk fremsat forslaget, af alkoholbranchens folk fremsat forslaget om, at unge mennesker ikke måtte bruges som modeller til reklamerne. Det kneb med at overholde det, bl. a. viste alkoholreklamerne på hovedbanegården her i København billeder af ganske unge mennesker. Men da vi havde haft forslaget til behandling anden gang, forsvandt disse reklamer. Så fik vi dem til gengæld på sportsudøvrernes trøjer, men så vidt jeg ved, har det ikke nogen betydning efterhånden.

Jeg forstår ikke rigtig hr. Pilgaard Andersens udtalelser om, at det er ganske udmærket at bruge penge, som kommer ind ved reklame for alkohol, til ungdomsarbejdet. Netop hr. Pilgaard Andersen talte så forfærdelig meget om, at netop alkoholforbruget blandt ungdommen var et stort problem.

Der er stadig mange reklamer, der, synes jeg, går ud over, hvad der må være tilladt. F. eks. er »Dansk snaps er dansk kultur« en meget kendt reklame i øjeblikket, vi kan se den både i dagblade og i ugeblade. I den diskussion, som jeg under sidste forslag omtalte havde været i Nordisk Råd om udgifterne ved alkohol, var der én, der sagde, at når alkoholen går ind, går kulturen ud.

At reklamer betyder noget, det kan man næsten se af branchens egne reklamer. En reklame, som findes i vore ugeblade i øjeblikket, lyder: »Jeg drikker« – og så kommer navnet på en bitter – »fordi jeg har studeret annoncer i mange år«. Det vil altså sige, at vedkommende har set annoncen for denne bitter og derfor drikker den.

Øl omtales som Danmarks nationaldrik. Det er lidt kedeligt at få ordet »national« ind her. I store 2-sides annoncer i vore ugeblade ser man et par gæve fiskere, der står og drikker.

Om en bitter står der, at den giver mavefryd og kurage. Det må falde ind under falsk reklame; den giver nemlig mavekatarr og manglende handlekraft.

Noget af det, der virker stærkest, er dog det, som fremgår af et aftryk af et brev fra en mand i Alkohol Debat, som udgives, så

vidt jeg ved, af regeringens kontaktudvalg for alkohol og narkotika. Manden er på antabus, og han skildrer, hvor pinefuldt det er for ham daglig at konfronteres med fristende annoncer om giftstoffet. Og der er i forbindelse med aftrykningen af dette brev aftrykt en reklame, hvori der står: »Danmark fortjener sin Hof«, og man ser fiskerkutterne fra Gilleleje. Jeg håber, at fiskerne her er klar over, at kulde er farlig i forbindelse med alkohol, og at døden indtræder betydelig hurtigere og lettere ved drukning, når man er påvirket af alkohol.

Det er et enkelt brev, som jeg synes er gribende. Jeg har fået ikke så helt få breve i årenes løb af nogenlunde samme indhold. Det er vistnok så slemt, at man næppe kan forestille sig det, for én, som skal afvæjnes, at konfronteres med disse fristende reklamer.

**Mette Madsen (V):**

I en replik til mit indlæg sagde fru Inge Krogh, at man skulle være erfaren for at kunne tyde de omgælder af et forbud mod reklame, som jeg havde omtalt. Jeg vil gerne spørge fru Inge Krogh, om hun mente, at man var erfaren med hensyn til forbrug af spiritus eller erfaren med hensyn til at tyde underfundige reklamevittigheder.

(Kort bemærkning).

**Arne Melchior (CD):**

Det er fru Inge Kroghs citat om sammenhængen mellem kultur og snaps, der får mig til at bede om denne bemærkning. Nu er definitionen af kultur jo mangfoldig og besværlig. Broby Johansen siger: kultur er lig vaner, og deri må jo uvaner formodentlig også være indbefattet. Kultur har vel i hvert fald noget med livsmønster at gøre, og kultur kan vel næppe begrænses til at være noget meget velbarberet eller velfriseret noget. Vi har storartede digtere, som har skrevet oder til snapsen, og jeg vil derfor i modsætning til fru Inge Krogh tillade mig at hævde, at snaps på godt og ondt, og li' det eller li' det ej, naturligvis er en del af det danske livsmønster og derfor en del af den danske kultur.

**Pilgaard Andersen (FP):**

Det er til fru Inge Krogh vedrørende mine udtalelser om reklame og ungdomsarbejde. Jeg tror nok, at fru Inge Krogh har misfor-

[Pilgaard Andersen]

stået mig en lille smule. En lang række af vore sportsklubber har jo nogle sponsorer, og disse sponsorer er med til at finansiere en stor del af det arbejde, der udføres inden for ungdoms- og sportsklubber. Det var ud fra den betragtning, jeg mente, at reklamen var af meget stor vigtighed. En hel del firmaer har jo reklameret i sportsklubber og har derved også været med til at finansiere dem. Det er ud fra den betragtning, jeg mener, det er meget vigtigt, at der gives mulighed for at reklamere. I det hele taget redder forbud ikke noget, for vi ved også, at der er andre firmaer, der bruger sportsklubber i en form for reklame.

**Inge Krogh (KrF):**

Må jeg svare fru Mette Madsen, at jeg regnede med, at man skulle være erfaren med hensyn til alkohol; jeg går her ud fra mig selv. Det kan godt være, at jeg heller ikke er erfaren i at tyde underfundigheder, men det tænkte jeg sådan set ikke over lige i øjeblikket.

Jeg tror ikke, at sportsreklamerne har så stor betydning mere, som de havde i begyndelsen, men det kan selvfølgelig godt være, jeg er forkert underrettet. Der kom i hvert fald visse restriktioner på dem, og det, jeg synes er forfærdeligt, er, at det gik imod det, som brancheforeningen selv havde sagt, nemlig at man ikke ville bruge unge modeller, helst ikke modeller under 25 år, og så sætter man ganske simpelt reklamerne på levende modeller, der i de fleste tilfælde er under 25 år. Jeg synes selvfølgelig, det var helt berettiget, at forbrugerombudsmanden greb ind dér.

Man har vel ikke nogen klar definition af, hvad kultur er, men derfor synes jeg alligevel, det er lidt kedeligt, at det ligesom er noget typisk for Danmark, at man sætter sild, snaps, frokostbord sammen som dansk kultur. Det er i hvert fald en meget lille del af den, forhåbentlig.

(Kort bemærkning).

**Mette Madsen (V):**

Jeg må forstå fru Inge Krogh sådan, at der i bemærkningen lå, at jeg var erfaren med hensyn til forbrug af spiritus, men da jeg kender fru Inge Krogh så godt, går jeg ud fra, at det ikke er det, hun mener.

527 Ft

**Jimmy Stahr (S):**

Hr. Arne Melchior har en evne til altid at få en eller anden ting til at blive en vittighed. Jeg synes nu nok, at denne sag fortjener lidt mere alvor, og i hvert fald vil jeg, uden at beskyldte nogen medlemmer her for at have været påvirket, lige sige, at det var ikke Broby Johansen, der kom med den citerede udtalelse, det var Hartvig Frisch.

Hermed sluttede forhandlingen.

*Afstemning*

Forslagets overgang til anden (sidste) behandling

vedtoges uden afstemning.

**Anden næstformand (Ninn-Hansen):**

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 næste sag på dagsordenen var:

**10) Første behandling af:**

*Forslag til lov om ændring af lov om personnavne.*

[Af Aase Olesen (RV) m. fl.]

(Lovforslag nr. L 185. Fremsat 25/3 80).

Lovforslaget sattes til forhandling.

*Forhandling***Justitsministeren (Henning Rasmussen):**

Jeg vil gerne indlede med at sige, at jeg er positivt indstillet over for de tanker om navneretlig ligestilling mellem mænd og kvinder og mellem børn i og uden for ægteskab, som det radikale venstres forslag om ændring af navneloven er udtryk for.

De bestemmelser i navneloven, som forslaget især drejer sig om, er for det første reglen om, at kvinder ved indgåelse af ægteskab automatisk får mandens slægtsnavn, medmindre hun over for vielsesmyndigheden erklærer, at hun vil beholde sit hidtidige slægtsnavn.

For det andet foreslås det at ændre reglen om, at børn ved fødslen får faderens slægtsnavn, hvis de er født i ægteskab, men mode-