

[Erlendsson]

man havde 10 nye henvendelser om ugen og man havde i 5 år behandlet 50. Man har altså ikke behandlet alle dem, der har henvendt sig.

Der stod også, at der var over 400 narkomaner i Esbjerg, men der er altså nogle, der ikke bliver behandlet. Den narkoinstitution har altså ikke opfyldt sit formål. Den har behandlet en meget lille del, men man ved ikke med hvilket resultat. Lederen nægter at foretage en effektivitetsundersøgelse, fordi man betvivler, at han har opnået resultater af sine behandlinger. Det er ganske specielle forhold for en institution, som modtager så store offentlige midler, som narkoinstitutionerne gør.

Indenrigsministeren (Henning Rasmussen):

Jeg vil gerne sige til hr. Erlendsson, at jeg foretrækker stadig væk at vurdere tingene på baggrund af rent faktiske oplysninger og ikke på baggrund af sammenstykkede oplysninger, man henter fra pressen. Jeg vil langt, langt hellere afvente den redegørelse, som de ansvarlige myndigheder, herunder lederen af amsungdomscenteret, officielt afgiver, før jeg fordømmer eller dømmer på den hårde måde, hr. Erlendsson gør i dag. Det kan slet ikke holde for en nærmere betragtning. Slet ikke.

(Kort bemærkning).

Erlendsson (FP):

Skulle man vente på disse redegørelser, kan man sige med det gamle ord: mens græsset gror, dør horsemor. Her kom en efter min mening ganske redelig beretning i Jyllands-Posten, der var følge af en samtale med lederen af narkoinstitutionen i Esbjerg, en navngiven person. Hvis den ikke havde været rigtig, havde han vel protesteret. Der stod de oplysninger, som jeg har givet her; de er ikke stykket sammen af noget. Det er, som situationen er i dag.

Hermed sluttede forhandlingen.

Afstemning

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

Den fg. formand (Arentoft):

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

Den næste sag på dagsordenen var:

4) Første behandling af:

Forslag til folketingsbeslutning om forbud mod reklamering for stærke drikke.

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

(Beslutningsforslag nr. B 60. Fremsat 4/2 81).

Forslaget sattes til forhandling.

Forhandling

Indenrigsministeren (Henning Rasmussen):

Jeg vil gerne starte med at slå fast, at regeringen ser med den største alvor på udviklingen i alkoholmisbruget, og vi er ganske enige i forslagsstillernes principielle vurdering af de uhyggeligt store menneskelige og sociale problemer, der følger heraf.

Vi har derfor bl. a. undersøgt mulighederne for at iværksætte forskellige initiativer, som nu er ved at finde deres endelige form. Herunder har regeringen også overvejet et egentligt reklameforbud. Hvis de erfaringer, man har fra andre lande med reklameforbud, var tilstrækkelig sikre med hensyn til de positive virkninger, et sådant forbud kan have på alkoholmisbruget, ville regeringen være parat til at støtte forslaget, men der er som bekendt en del tvivl og uenighed om nytten af et sådant forbud også i de lande, der har det. Det er en af de ting, vi har konstateret.

Regeringen har dog endnu ikke helt afsluttet sine overvejelser med hensyn til et reklameforbud, og en endelig beslutning er ikke truffet. Jeg kan sige, at det som et minimum vil blive foreslået, at indenrigsministeren i en lov bliver bemyndiget til at fastsætte stramme regler for reklamer og alle andre former for henvendelser til offentligheden om salg af alkohol – og også om tobaksvarer, som vi skal drøfte under næste punkt på dagsordenen.

[Indenrigsministeren]

Det er hensigten som udgangspunkt for disse regler at tage de nuværende frivillige brancheaftaler på tobaksområdet, men at skærpe disse på forskellige punkter, bl. a. for at undgå omgåelse og enhver form for forherligelse af alkohol og tobak.

Flere af de former for alkoholreklame, som vi har set i den seneste tid, anser regeringen for skadelige og klart uhensigtsmæssige ud fra et forebyggelsessynspunkt.

Reglerne vil skulle udarbejdes i samarbejde med brancherne, ligesom det fortsat er tanken, at forbrugerombudsmanden skal have kontrollen med reglerne overholdelse.

Det er regeringens klare opfattelse, at der skal være knyttet offentligtretlige sanktioner til overtrædelse af reglerne; sagt med andre ord: man skal kunne straffes for eventuelle overtrædelser.

Som jeg har sagt indledningsvis, ser vi med stor alvor på udviklingen i alkoholmisbruget her i landet. Hvis vi var overbeviste om, at et reklameforbud ville medføre en nedgang i alkoholmisbruget, ville vi være parate til at støtte det fremsatte forslag, men vi er som sagt i tvivl om det. Det er altså ikke et spørgsmål om manglende vilje, men om usikkerhed over for værdien af det fremsatte forslag, der gør, at vi i al fald på nuværende tidspunkt er forbeholdne over for et egentligt reklameforbud.

Hans Jørgen Jensen (S):

Det forslag, som vi skal tage stilling til, er jo et forslag om forbud mod reklame for stærke drikke. Når man har siddet og hørt på debatten om narkotikamisbruget, kunne man ønske, at der i folketinget var en lige så stor interesse for at diskutere alkoholmisbruget i dette land, som antalsmæssigt er et langt større problem, end man kender det på narkotikaområdet. Det skaber i hvert fald lige så mange menneskelige og sociale problemer, som misbrug af narkotika gør.

Man taler altid om de offentlige indtægter, afgifterne på øl og spiritus, men man taler aldrig om de store udgifter, som sygehusbehandling, behandling på alkoholklinikkerne, de sygedagpenge, der udbetales, de mange invalidepensioner og meget andet af pengemæssig karakter, som misbrug af alkohol fører med sig.

Jeg mener, der må gøres en indsats for at begrænse misbruget. Jeg kan derfor tilslutte mig tanken om at se nærmere på baggrunden for misbruget, og blandt de mange faktorer, der er til stede, er det rimeligt at antage at også reklamen spiller en ikke uvæsentlig rolle.

Jeg er imidlertid ikke ganske sikker på, at et decideret forbud er den rette løsning, bl. a. fordi et sådant forbud vil kunne omgås af dygtige reklamefolk, hvilket vi bl. a. har kunnet konstatere i Norge, der har meget strengere regler, ja, et egentligt forbud mod reklame.

Jeg vil derfor være mere tilbøjelig til at ønske gennemført, sådan som indenrigsministeren sagde det, en aftale mellem det offentlige, dvs. indenrigsministeren, og øl- og spiritusbranchen om en reklameform, der i nogen grad ligner den ordning, der i dag eksisterer inden for tobaksbranchen, og som blev indgået i 1972 og senere ændret i 1980. Denne ordning bør strammes op på en sådan måde, at der også bliver visse sanktionsbestemmelser.

Endvidere kunne jeg forestille mig, at forbrugerombudsmanden, der har behandlet visse sager, fik det som et sagsområde, således at han skulle være påtaleberettiget i tilfælde af overtrædelser.

I øvrigt vil jeg henvise til det af Afholdsselskabernes Landsforbund fremsatte forslag af 27. august 1980 over for folketingets retsudvalg, hvor afholdsselskaberne principielt tilslutter sig tobaksindustriens frivillige forslag, som jeg nævnte, fra 1972 med senere regulering af 1980.

Jeg håber altså på, at vi kan se frem til et positivt udvalgsarbejde på dette område.

Bjørn Elmquist (V):

Det foreliggende forslag er jo en gammel kending. Vi har haft flere folketingsbehandlinger af dette igennem årene, og det kan derfor let gå hen og blive gentagelser, vi kommer med her fra talerstolen. Jeg skal derfor – også af hensyn til det fremrykkede tidspunkt – gøre mit indlæg forholdsvis kort.

Jeg vil starte med at understrege, at det er vor opfattelse i venstre, at der i dag som tidligere ikke foreligger nogen undersøgelse, der kan bekræfte, at et eventuelt reklameforbud skulle have nogen positiv effekt på totalfor-

[Bjørn Elmquist]

bruket i nedadgående retning, eller nogen undersøgelse, der kan bekræfte reklamens direkte effekt på det totale forbrug. Det gælder undersøgelser i Danmark, og det gælder undersøgelser i udlandet. Et af de steder, hvor man har været mest fremme med undersøgelserne, er vel i Canada; jeg har været materialet igennem og har ikke indtryk af, at der kan hentes noget dér, der kan anvendes som argument for det foreslåede reklameforbud.

Hvis man virkelig gennemfører et reklameforbud i Danmark, er jeg bange for, at vi ville få en endnu dårligere udvikling på dette område i samfundet. Forbud og restriktioner giver f. eks. problemer med importerede tidskrifter, som ikke er omfattet af sådan et reklameforbud. Hvad gør man med dem i øvrigt? Skal vi til at udøve censur over for dem? Holde dem uden for landets grænser?

Hvad et reklameforbud rejser af problemer, kan vi se i Norge og i Sverige, og vi kan også se det i andre lande, der har forsøgt at gå den vej. Ting, der foregår i det skjulte eller i det halvskjulte, ting, der bliver tiltrækkende, spændende, bare fordi de er forbudte, det er noget, som vi i mit parti i hvert fald gerne vil advare mod.

Og hvad så med alle de andre medier, de, som ikke er reklamebestemte? Hvad med det billede, der tegnes i litteraturen, i tegneserier, i film, i teater, i fjernsyn, i radio, ja, alle vegne, det billede, der tegnes af samfundet, vi lever i? Kan vi så tillade, at det finder sted? Eller skal vi bare sige, at det er reklame, der er forbudt? Jeg er sikker på, at hvis der i reklamen findes en effekt, hvad totalforbruget angår – hvad jeg ikke mener der kan påvises i de foretagne undersøgelser – så er der en langt større effekt i alt det andet, det, som ikke har med den direkte reklameindsats at gøre, og så nærmer vi os vel en situation, hvor vi vil lovgive om og censurere også den slags medier i vort samfund. Det må være forkeret.

Jeg skal slutte med at sige, at venstre naturligvis erkender de meget alvorlige og tragiske problemer, der er omkring misbrug af alkohol i bred forstand, og vi vil være med til at samle alle gode kræfter til en indsats. Den går via oplysning.

Det kan godt være, man skal foretage overvejelser om reklamekodeksen. Jeg har indtryk af, at man også i branchen er med på

det. Men det skal foregå ud fra en afslappet og – nu håber jeg ikke, at forslagsstillerne vil misforstå mig, når jeg siger uhysterisk holdning til brug af alkohol. Jeg tror, at får man et mere afslappet forhold til den, også hos dem, der er misbrugere af den, så kan vi opfatte brugen af alkohol som en mere positiv ting og komme væk fra egentlige misbrugssituationer. Herved adskiller det sig, vil jeg sige til den foregående taler, fra narkoproblemerne, for jeg har svært ved at se positive sider af narkoproblemet, hvorimod der godt ved meget mådeholden brug af alkohol kan findes afslappende, beroligende, hvad vi nu skal kalde det, samfundsmæssige effekter.

Karen Thurøe Hansen (KF):

Der er sikkert både gode og velmenende motiver bag ved kristeligt folkepartis forslag om forbud mod reklamering for stærke drikke, men som ved de øvrige lejligheder, hvor kristeligt folkeparti har fremsat dette forslag, kan det konservative folkeparti heller ikke støtte det denne gang. Vi mener, at reklameringen foregår på et sobert niveau, og at der inden for branchen udøves en selvjustits på en så fortrinlig måde, at det er at foretrække fremfor at lovgive på området.

Jeg er aldeles enig med den foregående ordfører med hensyn til vores alkoholproblem. Kristeligt folkeparti plejer gerne samtidig med, at de fremsætter forslaget om reklamering, også at fremsætte forslag om forbud mod alkoholmisbrug. Det er ikke sket i denne omgang, men jeg erkender, at vi har et problem på alkoholområdet. Vi må i lighed med den foregående debat, vi har haft, tage fat på problemet sammen med kontaktudvalget og se, hvad der kan gøres ved det.

Erlendsson (FP):

Jeg er ikke så særlig spændt på, hvad regeringen vil komme med med hensyn til reklame for alkohol. Det må i hvert fald ikke være noget, som nedsætter salget af alkohol, for så kommer regeringen i yderligere økonomiske vanskeligheder, og så skal det nok vise sig, at man meget hurtigt finder ud af, hvordan man skal afbøde en sådan nedgang i salget.

Jeg tror heller ikke, at reklamer for alkohol i al almindelighed er med til at øge forbruget af alkohol, men jeg tror, det ville være

[Erlendsson]

en god ting, hvis man kunne få sportsklubber og ungdomsidoler til at vise en mere moderat holdning, når det gælder alkoholbrug, som kunne danne eksempel for ungdommen, for det er jo et problem, at børn i en tidligere og tidligere alder begynder at erstatte sodavanden med øl. Det er ubehageligt at rejse i fly med en sportsklub, der lige har vundet et mesterskab, og høre på den larm og den påvirkethed af alkohol, som en sådan flok unge mennesker kan præstere. Det er kedeligt at se efter en sportskamp, at der skænkes champagne ud, og at man fuser med champagnen ud over tilskuerne. Det viser et fuldstændig idiotisk forhold til alkohol.

Jeg synes, man skulle gå ind for igennem undervisning, igennem ungdomsorganisationerne at gøre noget for, at de unge ikke bliver bragt så tidligt ind i misbruget.

Jeg tror ikke, man kommer nogen som helst vegne med forbud mod reklamer, og mit parti vil gå imod dette forslag.

Marianne Bentsen-Pedersen (SF):

Dette er jo, som det allerede har været nævnt, en genfremsættelse. Jeg kan huske sidste gang, vi havde forslaget til behandling. Da blev jeg noget så rasende over de bemærkninger, der ledsagede forslaget, og jeg kan se, at de er der stadig væk. De er stadig væk lige så fjerne fra virkeligheden, som de var sidste gang. Jeg synes, det er fantastisk, at man kan tro på, at et alkoholmisbrug kan ryddes af vejen ved at fjerne reklamer for alkohol.

Jeg vil godt sige, at vi er da ikke særlig begejstrede for reklamer i det hele taget. Vi mener, at reklamer skaber kunstige behov. Vi mener, at reklamer sælger livsstil, som man har været inde på det, og vi mener, at reklamer er virkelighedsfjerne. Det kan godt være, at reklamerne øger alkoholforbruget; det vil jeg ikke afvise at de gør. Jeg ved ikke, om de gør det; det er muligt, de gør det. Men jeg tror bestemt ikke på, at de skaber et alkoholmisbrug, og det er dér, jeg synes, at man går helt fejl i byen. Jeg mener, at alkoholmisbrug er noget helt andet end noget, der sådan kan dyrkes ad reklamevejen. Et alkoholmisbrug er noget, der opstår af sociale grunde og giver nogle menneskelige tragedier, men jeg tror bestemt ikke, det har noget med alkoholreklamer at gøre.

Jeg tror nok, reklamer øger forbruget, og jeg vil også godt være med til at se på, om det er rimeligt at reklamere for alkohol som for så meget andet. Vi vil lade vores stillingtagen afhænge af udvalgsarbejdet.

Lis Starcke (DR):

Så sent som den 24. april 1980 havde vi sidst dette beslutningsforslag til behandling, og derfor kan jeg nærmest kun gentage, hvad jeg dengang sagde: at retsforbundet ikke kan støtte forslaget.

Det betyder ikke, at vi er blinde for de store alkoholproblemer, der eksisterer, men at vi ikke mener, at et forbud mod reklamer for stærke drikke vil løse problemerne. Vi mener, at det er årsagerne til misbruget, der må fjernes, hvorfor både undersøgelser baseret på vore hidtidige erfaringer og også en dyberegående forskning bør fremmes. Ligeledes må vi forstærke vore anstrengelser for at forbedre oplysningen i hjem, i skole og gennem massemedierne. Anstrengelserne for at forebygge må forstærkes, og vi må forsøge at forbedre den behandling, vi giver alkoholmisbrugere.

Til sidst vil jeg gerne komme med en beklagelse af, at vort medlemskab af EF har betydet en forringelse af et af de midler, vi havde til at formindske fristelsen til alkoholmisbrug, nemlig de høje afgifter – dem, som vi i retsforbundet kalder giftskatter.

Birgith Mogensen (CD):

Sagt med det samme: CD tror ikke, at øl-, vin- og spiritusreklamer har skabt en eneste alkoholist. Visse grupper i det danske samfund er tilbøjelige til at give reklamen skyld for alt det, de mener er dårlighed. Naturligvis kan ølreklamer ikke skabe drankere; det er helt andre mekanismer, som afstedkommer den slags tragedier. Jeg synes, det er en uhyggelig nedvurdering af befolkningens evne til selv at tænke og vælge, når man foreslår reklame- og annonceforsbud for stærke drikke eller andre forbrugsgoder.

Jeg er enig med forslagsstillerne, når der nævnes, at børn og især ungdommen skal oplyses grundigt om alkoholens mere eller mindre skadelige virkninger på den menneskelige organisme, inklusive hjernen, men derfra og til at forbyde alle reklameformer for stærke drikke er der et meget stort spring.

[Birgith Mogensen]

Ligeledes er det min opfattelse, at lande, som under en eller anden form skaber forbud mod og restriktioner vedrørende alkohol, samtidig skaber hjemmebrænderier, hvis produkter forårsager sygdom og undertiden død. Jeg tænker f. eks. på fremstilling af træsprit.

Det er min opfattelse, at den danske øl-, vin- og spiritusbranche forvalter vedtagne retningslinjer for markedsføring på en selvjustitspræget og sober måde. Det sker, at et eller andet alkoholfirma bevæger sig uden for den usynlige grænse, men det er mit indtryk, at disse særtilfælde meget hurtigt stopes ad frivillig vej.

CD kan ikke tilslutte sig dette forslag.

Inge Krogh (KrF):

Jeg må sige tak til ordførerne og specielt tak til indenrigsministeren, som har vist megen forståelse for vores forslag og for alkoholmisbrugets omfang og skadelige virkninger i vores samfund.

Indenrigsministeren vil være med til at stramme reglerne, men mener, at det skal ske gennem frivillige aftaler mellem ministeren og brancheforeningerne. Det har vi jo haft. Som det blev nævnt, har der været to aftaler, og de er blevet revideret. Men jeg må sige: har man nogen erfaring med, at de er blevet overholdt? Det synes jeg bestemt ikke de er. Det er ganske klart blevet sagt, at man ikke må bruge unge, og at man ikke måtte bruge sportsidoler til reklamerne, og hvad ser man så? Det er ikke så forfærdelig længe siden, man på samtlige banegårde ud over landet kunne se store reklamer for Carlsberg: Skål for Kviks toer, skål for landsholdet, skål for talenterne. Man så billeder af beatfestivalen i Roskilde, hvor folk sad med deres Carlsberg, og det er i hvert fald også unge mennesker. Nu ved jeg godt, at forbrugerombudsmanden greb ind, men da havde de dog været der i en måned, og da ville man alligevel have trukket plakaterne tilbage. Jeg tror altså ikke rigtig på, at det er tilstrækkeligt at stramme reglerne.

Der er også en anden argumentation for, at det ikke er nok at stramme reglerne. Der har været talt meget om, at man skal oplyse, og det har jeg i hvert fald også gjort tidligere, når vi har diskuteret alkoholproblemet, men hvad kan det nytte, at man siger, at

man skal oplyse, hvis man samtidig forherliger det i reklamerne, for det gør man.

Reklamefolkene er selvfølgelig bange for dette forslag. Måske ikke så meget for kristeligt folkepartis forslag, men noget af det, der har gjort dem bange, er vel, at vi i efteråret kunne læse i aviserne, at man på socialdemokratiets kongres havde besluttet, at man skulle fremsætte forslag om forbud mod reklamer for alkohol. Det har jeg gået og ventet på længe. I mit parti ventede vi til sidste øjeblik med at fremsætte vores forslag, fordi vi hellere ville have haft det fra socialdemokratiet. Men det kom ikke, og så sendte vi vort forslag ned den sidste dag, hvor der var mulighed for, at et forslag kunne behandles og gå videre.

Reklamefolkene blev altså bange. Det viste sig bl. a. ved, at man udgav et helt hæfte, der behandlede dette problem. På forsiden af hæftet stod der: Jeppe drak, og han har aldrig set en reklame. Det er der sådan set ingen der ved. På det tidspunkt, da skikkelsen blev skabt af Holberg, var Berlingske Tidende i hvert fald på markedet. Det er ikke sikkert, at Jeppe har set det, men hvem ved, om ikke Jakob Skomager havde visse attrapper eller noget andet foran sin bod. Det tror jeg absolut han har haft. Man har været klar over, at her kunne man altså få brændevin.

Jeg så det som noget meget positivt – noget, som jeg overhovedet ikke selv havde turdet stille forslag om – at indenrigsministeren talte om, at der skulle være sanktioner for at overskride de retningslinjer, man nu ville lægge for reklamerne, de noget strammere regler.

Fru Marianne Bentsen-Pedersen sagde bl. a., at hun ikke mente, man hjalp nogen ved at forbyde reklame for alkohol, og jeg kan da godt sige, at jeg ikke gør mig nogen forestilling om, at det løser hele alkoholproblemet for vores land, bestemt ikke, for der er mange facetter i det, men jeg tror, det er meget vigtigt, bl. a. fordi denne reklame ustandselig minder befolkningen om, at alkohol er noget, som er attråværdigt. Jeg ved i hvert fald, at folk, der er på afvænnings, føler det frygteligt, når de ser de reklamer. De kan jo ikke færdes i byen, de kan ikke åbne deres avis, de kan ikke åbne deres blad, uden at de ser disse reklamer.

[Inge Krih]

Angående litteraturen tror jeg nok, det bliver vanskeligt. Jeppe er der jo, og Jeppe vil stadig væk drikke i Holbergs komedie. Det virker måske afskrækkende. Tegneserier kan være noget af det farligste, da de vel nok er noget af det mest tilgængelige for børn, men jeg vil indrømme, at jeg ikke rigtig kan se, hvordan man kan gøre noget ved det.

Det er mærkværdigt, at Danmark nu er det eneste nordiske land, der ikke har forbud mod reklame, så vidt jeg ved. Så tidligt som i 1972 blev det anbefalet af Nordisk Råd. Det er, som om Danmark ikke har erkendt, at det virkelig er et stort problem, som man i hvert fald kan afhjælpe noget ved netop forbud mod reklamer.

Der bliver sagt meget om, at forbuddet omgås i de andre lande. Jeg ved ikke, hvordan det omgås. Der har ikke været ét eneste konkret eksempel på, hvordan det blev omgået. Der blev oven i købet talt om, at det kunne medføre hjemmebrænderi, at man lod være med at reklamere. Det kan jeg altså ikke se. Der er jo ikke tale om noget forbud mod alkohol, der er kun tale om forbud mod reklamen, altså imod dette stadig væk at minde menneskene om, at der altså er noget, som de burde få fat i.

Jeg vil som sagt sige tak. Jeg håber, vi får et godt arbejde i udvalget.

Indenrigsministeren (Henning Rasmussen):

Jeg tager kun ordet, for at der ikke skal være nogen misforståelse med hensyn til de bemærkninger, jeg gjorde om forslaget. Det er rigtigt, at indholdet af reglerne nærmere skal drøftes med brancherne, men det er tanken at søge bemyndigelse til at fastsætte stramme regler for indhold og form, steder osv. for reklamer og enhver form for henvendelse til befolkningen. Det er altså tanken at skaffe sig et lovgrundlag for det, hvis folkettinget i øvrigt finder, at forslaget er acceptabelt.

Hans Jørgen Jensen (S):

Som organiseret afholdsmand kan jeg kun sige, at det stadig væk skuffer mig, at spørgsmålet om alkoholmisbrug ikke har den genklang i folkettinget, som det burde have, sådan at man også vil være med til at finde former på de reklamemæssige områder, der

kunne være anderledes end dem, vi har i dag.

Jeg forstod på hr. Bjørn Elmquist, at han egentlig ikke havde noget imod, at man ved forhandling mellem branchen og indenrigsministeriet skabte visse regler. Jeg vil spørge, om hr. Bjørn Elmquist vil kunne acceptere sådanne regler, sådan at man kunne få skabt et bedre grundlag end det, man har i dag.

Jeg tror, jeg må sige til kristeligt folkeparti, at vi får ingen mulighed for at skabe et forbud. Jeg tror heller ikke, det er nogen god idé. Jeg tror, det er bedre at skabe nogle regler med nogle sanktionsbestemmelser, som branchen kan tiltræde, og det kunne jeg ligesom fornemme at der var en vis genklang for hos venstre. Hvis det er tilfældet, skulle der altså også være mulighed for at gennemføre nogle fornuftige regler sammen med branchen.

Bjørn Elmquist (V):

Jeg skal først svare ganske kort på det spørgsmål, hr. Hans Jørgen Jensen rejser her. Det er muligt, at mine udtalelser før kunne udlægges sådan, for jeg talte om, at der kunne være et vist behov for at se på den kodeks, der gælder i branchen, men jeg vil ikke tages til indtægt for, at det skulle være en støtte til det, indenrigsministeren var inde på. Jeg tror nok, at man inden for branchen selv er indstillet på bl. a. i forbindelse med den udvikling, der har været inden for reklamer i sportens verden med sponsorship i fodboldklubber, og hvad det nu er alt sammen, at se på, om det rejser nye problemer, som man ikke havde mulighed for at være opmærksom på, da man i sin tid lavede kodeksen. Men jeg tror ikke, man skal forvente støtte fra venstres side til, at man prøver at lave en ordning som på tobakkens område, hvor indenrigsministeren mere eller mindre med tvang i baghånden, med en slet dulgt trussel om, at hvis branchen ikke vil være med, går i forhandlinger og prøver at opstille sanktionsregler, bliver det gennemført ved lov. Jeg tror, at den lære – og det kan vi tale om om lidt, når vi skal i gang med tobakken – som man kan drage fra tobakkens område, ikke viser, at disse sanktioner er noget værd; det er i hvert fald det, vi får at vide, når det drejer sig om tobakken.

[Bjørn Elmquist]

Lad mig dernæst lige ganske kort sige til fru Inge Krogh i anledning af hendes bemærkninger om kampagnen med skål for det og det, at jeg ikke synes, der er noget slemt i at sige skål for det og det. Man behøver ikke at gøre det i alkohol, man kan godt skåle i andet end alkohol; det sker, at man gør det i sodavand, Carlsberg, osv. Det, der var i vejen med den plakat – og det blev rettet, så vidt jeg forstår – var, at der var afbildet en kapsel, hvor der stod »Hof« oppe i det ene hjørne, og det var forkert, for dermed viste man jo, at der skulle skåles i øl. Der er masser af eksempler på omgåelse af reklame – det blev fremlagt i retsudvalget, da man behandlede det ved sidste lejlighed – i Norge f. eks. omgæelser for sherry, for whisky osv. af reklameforbuddet.

Inge Krogh (KrF):

Jeg forstår ikke rigtig de sidste bemærkninger, for når der står skål og det er Carlsberg – og nu nævnede hr. Bjørn Elmquist selv kapslen – så er det klart, at skålen skal drikkes i øl. Og det var unge mennesker; Kviks toer kan bestemt ikke være gamle mennesker. Jeg er måske ikke så forfærdelig bevandret i de dele, men det må være unge mennesker. Det stod ganske klart i den kodeks, der var dengang, og som stadig gælder, at man ikke måtte bruge unge mennesker. Under beatfestivalen var der bestemt heller ikke mange over de 25 år, og det var et billede taget direkte derfra. Det, man kan gøre sig forhåbninger om, er altså de sanktioner, man vil få med. Jeg undrer mig ærlig talt lidt over, at man synes, det er så forfærdeligt, at man ikke får reklame for alkohol. Der er ingen reklame for lægemidler, men det er der ikke nogen der finder mærkværdigt. Der er mange andre restriktioner: man må f. eks. ikke nævne smør og margarine sammen i reklamer, så vidt jeg ved. Der er utrolig mange restriktioner; hvorfor skal det dog netop være så frit med hensyn til alkohol?

Jeg er glad for, at der kommer stramninger og mulighed for, at de overholdes, men bare det at se en flaske kan hos nogle af dem, der er i farezonen, som altså netop ønsker at afvænne sig, give en trang, som kan være vanskelig at overvinde. Jeg mener, at den del af samfundet, som kan beherske deres alkoholforbrug, burde tage så meget hen-

syn til de svage, at man i hvert fald undlod at reklamere.

(Kort bemærkning).

Hans Jørgen Jensen (S):

Det er klart, at det, der hedder reklame, ikke betales af firmaerne bare for folks blå øjnes skyld; det er ikke filantropi. Firmaerne laver disse reklamer, fordi de vil sælge noget mere, og derfor er selve formen meget afgørende. Jeg vil gerne stille hr. Bjørn Elmquist endnu et spørgsmål. Hvis der nu kunne opnås en aftale mellem indenrigsministeriet og branchen, går jeg ud fra, at hr. Bjørn Elmquist vil gå ind for en sådan aftale, for ellers forstod jeg ikke, hvad det var, hr. Bjørn Elmquist sagde før.

(Kort bemærkning).

Bjørn Elmquist (V):

Hvis indenrigsministeren og branchen kan enes, er det da udmærket, for så behøver indenrigsministeren jo ikke komme til folketinget, og hvis han kan enes med branchen om at lave sanktioner, må det også være en affære mellem branchen selv og indenrigsministeren. Men hvis indenrigsministeren, som man havde indtryk af var tilfældet, hvad Nordsøolien angik – det skal vi slet ikke komme ind på her – henvender sig til folketinget først for at finde ud af, om han har et politisk flertal for at sætte magt bag et eventuelt forhandlingssammenbrud, så han kan stille krav til branchen om, at det går sådan og sådan, hvis vi ikke bliver enige, så vil vi fra venstres side ikke medvirke. Vi vil i hvert fald ikke nu og her give tilsagn om at medvirke til det, for så er der ikke tale om frie forhandlinger i ordets egentligste forstand.

Hermed sluttede forhandlingen.

Afstemning

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

Den fg. formand (Arentoft):

Jeg foreslår, at forslaget til folketingsbeslutning henvises til retsudvalget. Hvis ingen

[Den fg. formand]

gør indsigelse mod dette forslag, betragter jeg det som vedtaget. (Ophold). Det er vedtaget.

Den sidste sag på dagsordenen var:

5) Første behandling af:

Forslag til folketingsbeslutning om markedsføring af tobaksvarer.

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

(Beslutningsforslag nr. B 66. Fremsat 5/2 81).

Forslaget sattes til forhandling.

Forhandling

Indenrigsministeren (Henning Rasmussen):

Jeg vil korte mit indlæg ned under henvisning til det, jeg sagde under den foregående sags behandling, og nøjes med at gentage, at vi stadig også her er forbeholdne over for det rigtige i et egentligt reklameforbud, men har til hensigt at foreslå som et minimum, at indenrigsministeren bemyndiges til at fastsætte regler for reklamer og andre former for henvendelser til offentligheden, når det drejer sig om tobak.

Den del af forslaget fra kristeligt folkeparti, som drejer sig om mærkning af cigaret-pakker med varedeklaration og oplysning om tobaksvarers sundhedsfarlige virkninger, er vi meget positivt indstillet over for, og det indgår i de overvejelser, vi er i færd med at gøre færdige.

Hans Jørgen Jensen (S):

Det foreliggende forslag er delt op i to dele, nemlig et direkte forbud mod reklame og krav om tydelig varedeklaration med en advarsel om sundhedsfarerne i forbindelse med tobaksrygning.

Jeg mener ikke, at et forbud mod reklame er særlig hensigtsmæssigt, bl. a. fordi vi i lignende tilfælde, som jeg også sagde før, fra udlandet har kunnet konstatere, at dygtige reklamefolk har været i stand til at udforme reklamerne således, at loven ganske vist ikke er overtrådt, men at der alligevel har været tale om en regulær reklame.

Rent faktisk foreligger der jo også en aftale, som vi har nævnt tidligere i dag, inden for tobaksindustrien om markedsføring af

tobaksvarer fra 1972 med en senere regulering i 1980, og selv om jeg er af den opfattelse, at disse regler vel burde strammes, mener jeg, at en aftale mellem det offentlige, dvs. indenrigsministeren, og tobaksindustribranchen er den rigtigste og mest effektive måde at regulere dette område på.

Jeg kunne forestille mig, at forbrugerombudsmanden var påtaleberettiget ved overtrædelse af reglerne, og at der samtidig skulle indføres sanktionsbestemmelser.

Hvad angår forslaget anden del om varedeklaration og advarselsmærkning, er vi meget positive, og vi kan tilslutte os indenrigsministerens tilsagn om at undersøge mulighederne for at lovgive herom. Jeg vil gerne i parentes sige, at det skal være tydeligere end den varedeklaration, man ser på cigaretpakkerne i dag, for den er der ingen mennesker der ser.

Jeg håber altså på, at vi kan se frem til et positivt udvalgsarbejde på dette område.

Bjørn Elmquist (V):

Venstres principielle holdning til reklameforbud er her som ved det foregående emne: vi kan ikke støtte et egentligt reklameforbud. Noget tyder dog på, at den kodeks, som findes på dette område, ikke er effektiv nok. De udenlandske selskaber, tyder meget på, overholder ikke den kodeks, og det har måske også ført til en glidning over for de danske selskaber; det er der nok anledning til at se nærmere på i udvalget. Jeg kan måske komme senere forespørgsler under denne debat i forkøbet ved at sige, at jeg ikke nu her kan stå og tilsige venstres støtte til en sådan bemyndigelse, som jeg kan forestille mig at indenrigsministeren måske ville være interesseret i at søge i folketinget.

Men krav om påtrykning af advarsler mod risiko for sundheden på cigaretpakker vil vi være med til at se nærmere på i udvalget.

Karen Thurø Hansen (KF):

Da mit partis ordfører i denne sag, hr. Hagen Hagensen, ikke kan være til stede, skal jeg på hans vegne gøre et par bemærkninger til forslaget.

Der er ingen tvivl om, at tobaksrygning ikke er sundt, og at overdreven rygning – vel især af cigaretter – kan være endog særdeles skadelig. Om dette forhold skal føre til en