

[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 lydør 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-