

[Wilhelm]

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 omgængelsesmuligheder 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.