

Jeg noterede mig, at både indenrigs- og sundhedsministeren og fru Eva Kjer Hansen meget refererede tilbage til noget, som de ikke satte titel på, men så vidt jeg kunne høre, var det en ekspertundersøgelse, som er 4-6 år gammel. Jeg noterede mig – og jeg skal komme tilbage til det i mit eget indlæg senere – at man må referere til Sundhedsstyrelsens statistik fra år 2000. Når man må vælge år 2000, er det, fordi der ikke foreligger nogen statistik efterfølgende. Det synes jeg er lidt interessant. Synes fru Eva Kjer Hansen ikke også, det er interessant, at vi er friholdt for at have helt opdaterede oplysninger?

Jeg skal senere vende tilbage til spørgsmålet om reklamer og Venstre.

(Kort bemærkning).

Tove Videbæk (KRF):

Fru Eva Kjer Hansen var rigtig godt rundt om både problemer og udfordringer på området, forældres ansvar og sådan noget. Men der er et lille punkt, jeg godt lige vil stille et spørgsmål til: Fru Eva Kjer Hansen siger, at der ikke er brug for ny lovgivning, men så vil jeg gerne lige høre fru Eva Kjer Hansens kommentar til en ny lovgivning, som er indført på området, nemlig afgiftsned sættelserne på alkohol. Tror fru Eva Kjer Hansen, at det vil påvirke børns og unges alkoholforbrug?

(Kort bemærkning).

Eva Kjer Hansen (V):

Til fru Line Barfod skal jeg sige, at jeg har det synspunkt, at man skal have mulighed for at reklamere for de produkter, der er produceret lovligt og efter reglerne. Det synes jeg er et rigtigt, grundlæggende princip.

Kl. 10.40

Jeg tror ikke på, at det er reklamerne, der vil spille den afgørende rolle i forhold til at øge et forbrug. Så kan man lige så godt hævde det modsatte synspunkt, nemlig at man kan vise nogle reklamer, der opfordrer til at lade være med at drikke og til, at det er tough at være ædru, og så bruge dem på samme vis, hvis der er nogen, der vil stå bag dem.

Jeg vil gerne kæde det sammen med spørgsmålet fra fru Tove Videbæk om afgiftsned sættelserne. Jeg tror heller ikke på, at det er priserne, der spiller den store rolle. Til trods for de meget høje priser i Danmark har vi jo set, at de unge i Danmark drikker meget. Så det er ikke priserne, der er det afgørende, men det er alle de andre ting, som både fru Tove Videbæk og jeg selv var

rundt om i ordførertalerne, som betyder noget. Det er et spørgsmål om information, om at få det drøftet igennem og gjort opmærksom på, hvad konsekvenserne er, og et spørgsmål om at få taget stilling til, hvordan éns alkoholvaner skal være.

Til hr. Poul Qvist Jørgensen skal jeg sige, at i det forslag til vedtagelse, som fru Tove Videbæk jo fremsatte på vegne af en række partier, har vi jo netop taget den diskussion med i forhold til at følge op på, hvad det er for nogle undersøgelser, der skal foretages, som kan give os et ordentligt grundlag for debatten. Det skal for mig at se ikke bare være nogle simple statistikker, men mere grundige undersøgelser, der bl.a. siger noget om effekten af de kampagner, der bliver sat i værk; effekten af de forskellige tiltag.

(Kort bemærkning).

Line Barfod (EL):

Hvis fru Eva Kjer Hansen ikke mener, at reklamer har nogen værdi for salget af forskellige produkter, vil jeg sige, at det er en helt ny teori, som jeg tror at fru Eva Kjer Hansen, hvis hun kan føre bevis for den, nærmest vil kunne få mange priser for, og mange reklamefirmaer vil så kunne blive temmelig arbejdsløse.

Man kan også sige, at det virker underligt, hvis man siger, at det ikke har nogen værdi. Hvorfor skal vi så gennemføre offentlige oplysningskampagner og prøve at modvirke et stort alkoholforbrug, hvis vi ikke mener, at det har nogen værdi?

Jeg tror faktisk, at det har temmelig stor betydning med både reklamer og oplysningskampagner. Og derfor er jeg meget nervøs for, hvad det kommer til at betyde, at man har åbnet for reklamer for alkohol på TV 2. Man jo skal have penge ind for salget af TV 2 for at kunne betale de skattelettelser, man giver til erhvervslivet og de rigeste i landet.

Jeg synes ikke, det er særligt smagfuldt, at man vælger at indføre reklamer, som kan betyde højere alkoholforbrug hos børn og unge, samtidig med at man står heroppe og fordømmer børn og unge og forældrene. Man burde lige gribe i egen barm først.

(Kort bemærkning).

Villy Søvnald (SF):

For mig er det også en ny teori, at hverken afgiftspolitikken eller reklamevirksomheden betyder noget. Jeg tror, at det er interessant at høre for dem, der bruger reklamer, at de spilder deres