

(Kort bemærkning).

Kim Sejr (RV):

Det var lige en opfølgning til fru Eva Kjer Hansen af det her med alkoholsodavand: Forbud mod at sælge alkohol til unge under 15 år gælder jo så også alkoholsodavand. Det blev så også nævnt, at der kunne være nogle frivillige aftaler undervejs i detailhandelen, der kunne være med til at løse nogle af problemerne.

Mit spørgsmål er så, om fru Eva Kjer Hansen ville være parat til, såfremt denne type frivillige aftaler ikke virkede optimalt eller tilfredsstillende, at slække på, hvad man kan kalde den kommercielle ytringsfrihed, ved at lave nogle restriktioner i markedsføringen.

Et problem er jo, at de her alkoholsodavand mere eller mindre opfattes som slik af unge, og både gennem navn, emballagens form og farvevalg kunne man godt lave nogle restriktioner. Men spørgsmålet er, om man er parat til det.

(Kort bemærkning).

Line Barfod (EL):

Fru Eva Kjer Hansen mener ikke, at reklamer kan forøge forbruget. Det er ellers det, som al anden erfaring og videnskabelig dokumentation viser. Men det kan være, at fru Eva Kjer Hansen har en helt ny dokumentation, som ingen andre er bekendt med, der viser, at reklamer ikke kan øge forbruget. Den kan man da så håbe at fru Eva Kjer Hansen vil dele med alkoholproducenterne, så de holder op med at reklamere på TV 2. Men indtil da tror jeg nu nok, at jeg i hvert fald vil tillade mig fortsat at være bekymret for, at det kan forøge forbruget.

Jeg tror ikke, at reklamer, der viser unge, der fester i et tog, er målrettet mod at forøge forbruget af alkoholsodavand blandt folk i halvtredserne. Selv om det er unge, som er fyldt 25, der er i de reklamer, tror jeg altså nok, det også er yngre mennesker, man håber på vil købe dem, og det er jo også dem, der køber dem i praksis.

Her kommer Venstres holdning om, at man gerne vil have solgt TV 2 og tjene penge til skattelettelser, altså stærkere ind.

Så bare lige om den sociale indsats, som skal forhindre, at folk kommer ud i misbrug: Så længe der bliver skåret ned på det sociale arbejde rundt omkring, så længe også de basale velfærdsområder som daginstitutioner osv. bliver skåret ned, så er det svært at tage Venstres bekymring helt alvorligt.

(Kort bemærkning).

Villy Søvnald (SF):

Jeg kom til at tænke på Erasmus Montanus, da jeg hørte fru Eva Kjer Hansens svar til mig. Ræsonnementet var følgende: Unge i dag drikker jo allerede meget, og så sker der ikke noget ved at åbne for reklamer. Det sker der ikke noget ved, for de drikker allerede i dag. Historien om Erasmus er ikke skrevet helt forgæves, må man sige. Det er dog det mest underlige ræsonnement.

Vil fru Eva Kjer Hansen virkelig påstå, at de reklamer, der koster millioner, milliarder af kroner, ikke har nogen som helst effekt, og at det er fru Eva Kjer Hansen den første i verden, der har fundet ud af? De andre ved det bare ikke, og derfor spilder de kolossale summer på noget, der ingen virkning har. Er det virkelig Venstres standpunkt i denne her debat, fordi så synes jeg for alvor, der er noget galt?

Så til det samlede billede: Regeringen har en tendens til at tegne glansbilleder af sin egen virksomhed. Hvis nu man spørger dem, der er længst ude i det virkelige liv, dem, der arbejder frivilligt med misbrug, så er deres undrende spørgsmål:

Howdan kan det være, at regeringen hele tiden siger, at den gør en stadig større indsats, når vores daglige erfaring er, at der daglig bliver skåret på den indsats, vi yder?

Der spørger jeg bare: Hvordan vil Venstre forklare det paradoks? Er det, fordi de der folk ude i virkeligheden opfatter det forkert?

(Kort bemærkning).

Eva Kjer Hansen (V):

Jeg er sådan set ikke overrasket over hr. Villy Søvnalds bemærkninger. Vi har sat en række ting i gang, klart tilkendegivet, at vi synes, at nu skal der ske noget på det her område, og som noget nyt har vi nu en regering, der gerne vil måles og vejes på, om de succeskriterier, den har opstillet, så også rent faktisk nås.

Det er derfor, jeg f.eks. har været positiv over for, at vi til efteråret skal have en samlet redegørelse for at se, hvordan kampagnen virker på det her område, få nogle undersøgelser, så vi får et bedre grundlag for at tage stilling. Jeg ved godt, at det ikke er den måde, hr. Villy Søvnald ønsker at arbejde på, men det er altså det, vi lægger vægt på.

Så skal jeg sige til hr. Villy Søvnald og fru Line Barfod, at jeg ikke rigtig kan følge med i debatten længere. Jeg har indtryk af, at det, de to ordførere ønsker, nu er en debat om tv-reklamer