

## [Chr. Christiansen.]

butikshandelen som for forbrugerne, og det har efter min mening haft en uheldig og skadelig virkning på vareomsætningen hos os. Det kan ikke tjene noget godt og sagligt formål, at forbrugerne forledes til at lægge større vægt på præmiekonkurrencer og rabatkuponer end på salgsvarens kvalitet og dens pris. Mon ikke forbrugerne efterhånden er blevet klar over, at alle disse vældigt opreklamerede gevinster, rabat-kuponer o. s. v. må betales af forbrugerne selv, og at det er køberne, der finansierer alle de fine præmier, som de få vindere kan løbe af med?

Sådanne bortlodningsaktioner må i stort omfang hvile på en overpris; det kan næppe være andet. I stedet burde man erstatte dem med et prisfald. Disse salgsmetoder skaber uden tvivl en dyr administration og en række uforholdsmæssige udgifter, der kun kan betyde et højere omkostningsniveau end egentlig nødvendigt.

Dansk Salgs- og Reklameforbund har for kort tid siden udsendt en tryksag, der skal reklamere for reklamen og påvise dens betydning og nødvendighed. I forbindelse med, hvad jeg her har omtalt vedrørende varesalg og bortlodninger, kunne der være grund til at understrege det ønskelige i, at alle mennesker, der har at gøre med vareomsætningen, ville efterleve, hvad der anføres i den internationale kodeks for god reklame. I det lille hæfte om reklamen hedder det — med tilladelse af den højt-ærede formand —:

„Reklames fremgang og anseelse beror på almenhedens tillid. Derfor bør intet tillades, som kan svække denne tillid.“

Jeg er bange for, at præmiekonkurrencerne, bortlodningerne og rabatkuponerne som et led i vort salgsarbejde er stærkt på vej til at svække tilliden både til reklamen og til vareomsætningen. Efter min mening er det velbegrundet, at vi i forbindelse med det foreliggende lovforslag tager hele denne sag op til en nærmere overvejelse.

På en meget behændig måde har Berlingske Aftenavis for i går prøvet på at sammenblande den almindelige reklame, det vil sige anvendelse af annoncer og filmfremførelse i biografteatrene, lysreklamer og flotte butikker på befærdede steder, med spørgsmålet om anvendelse af bortlodning i

reklameøjemed og i forbindelse med varekøb. Dette er en forkert problemstilling, og jeg er ganske sikker på, at detailhandlere og forbrugere er af samme mening. Jeg vender mig ikke mod den almindelige reklame, men mod de outrerede former, som jeg netop her i dette indlæg har berørt, og som efter min mening ikke er udtryk for den sunde og ærlige reklame, der i lige høj grad gavner forbrugerne og erhvervs- livet.

Folketinget modtog i foråret en henvendelse fra foreningen Dansk Arbejde. Heri kritiseredes det, at der ikke i loven om uretmæssig konkurrence var bestemmelser, der kunne hindre salg af udenlandske varer, som fremtræder i en form og i en udførelse, som køberne her i landet måtte anse for at være af absolut dansk oprindelse. Også denne sag bør efter min mening tages op til nærmere undersøgelse.

Jeg skal med disse bemærkninger på mit partis vegne anbefale lovforslaget til villig behandling i et udvalg, som jeg senere agter at foreslå nedsat.

**Anker Lau:** Mit parti kan tiltræde det foreliggende lovforslag, der tilsigter en beskyttelse af de mellemfolkelige organisationers navne og kendetegn, og dermed skulle det vel i og for sig have været tilstrækkeligt ved denne lejlighed.

Det er ikke almindeligt, at man ved et lovforslags behandling diskuterer alt det, der ikke står i lovforslaget. Men som følge af de bemærkninger, den foregående ærede ordfører gjorde, er det vel også rigtigt, at vi andre siger lidt om det, der ikke står i lovforslaget.

Jeg synes, det er rigtigt, således som stillingen var sidste år, og således som udviklingen siden har formet sig, at forbuddet om bortlodning i reklameøjemed er udgået af forslaget. Det er ikke mit indtryk, at der er sket en udvikling i uheldig retning, siden vi sidst talte om tingene. Når vi ser bort fra bladenes store julekonkurrencer, som alligevel ikke skulle have været ramt af loven, er det mit indtryk, at det er en reklameform, der mere eller mindre er ved at gå af mode. Derfor kan der godt hist og her være noget tilbage af den, men noget egentlig nyt i uheldig retning synes jeg ikke der er tale om.