

[Udenrigsministeren.]

sten, som tager hensyn til rimelige norske ønsker og interesser, idet man selvsagt samtidig må have den grønlandske befolknings egen tarv for øje.

Idet jeg i øvrigt tør henvise til de til forslaget knyttede bemærkninger, tillader jeg mig hermed at anbefale forslaget til det høje tings velvillige behandling.

Ordføreren for forslagsstillerne (Gunhild Due): Jeg tillader mig på vor folketingsgruppes vegne at forelægge det høje ting forslag til lov om ændring i lov om uretmæssig konkurrence og varebetegnelse, der tilsigter at udrydde et af reklamens allerværste vildskud, reklamelotterierne.

Hvad ikke så få varer angår, kan man i dag næppe købe dem uden at blive deltager i en lodtrækning om mere eller mindre værdifulde gevinster, uanset om man køber varen, fordi den er en forbrugsgenstand, man ikke vil være foruden. Vil man købe et stykke håndsæbe med steral — hvilket så vidt vides ikke består af andet end de seks bogstaver — så kan man vinde 1001 kr. — eller 50 kr. I Valotteriet er der 2 spillemærker i hver pakke, men Rinso overtrumfer med 3 rouletter! Man skal bare samle, til man har den rigtige sammensætning, så vinder man. Noget, der hedder Dixan, vasker endnu bedre, for der er ingen spillemærker i pakken, men en gevinstseddel — eller en nitte, så man straks kan se, at man ikke har vundet. Køber man Medova te, kan man vinde 5000 kr. — eller da i hvert fald 100 kr., hvis man altså er meget heldig. Elektriske barbermaskiner blev op mod jul foræret bort gennem et lotteri, hvori købere af nævnte maskine deltog. Kaffe var en overgang ved at blive en ren lotterivare.

Men dag- og ugebladene er godt med, mange af dem vil heller ikke sælges på deres kvalitet, men ved at lokke med gevinstchancer. Et af de illustrerede ugeblade bortloddede efter egne reklamer på et år 1 mill. kroner blandt køberne, et andet bortloddede 17.000 kr. om ugen. Et dagblad leverede særlig heldige læsere julegæs, flæskestege og vaskemaskiner i et julelotteri, og sådan kunne man blive ved.

Det er naturligvis ikke af trang til at øve velgørenhed, de pågældende foretagen-

der og mange andre arrangerer disse lotterier. Det er for at kapre kunder, som de åbenbart ikke regner med at kunne få i kraft af varens materielle eller åndelige kvalitet. Og det er de lykkelige eller ulykkelige kunder, der selv betaler såvel gevinsterne som de markskrigerske kæmpeannoncer, hvormed firmaerne bekendtgør, at nu er der igen nogen, der har vundet. Hvis virkelig fru Jensen vinder 10.000 kr. ved køb af en pakke Snevit, så kan hun være vis på, at alle de andre husmødre, der ikke har vundet, har måttet betale overpris, for at hun kunne få sin gevinst.

Vi har jo ellers lovbestemmelser, der forbyder at give tilgift. Vi har endvidere en lotterilov, hvis oprindelige formål var at sikre klasselotteriets monopol. Dette er jo ganske vist blevet noget gennenhullet, men det er dog stadig væk sådan, at man skal have justitsministeriets eller politimyndighedernes tilladelse til at foranstalte offentlig bortlodning. Alligevel flourer reklamelotterierne, og der gribes ikke ind mod dem, uanset om de går helt over gevind.

Årsagen er åbenbart den, at højesteret i et par tilfælde har fundet, at når den lotteriopreklamerede vares pris ellers blev befundet rimelig, så var der ikke tale om indskud, og så deltog kunderne altså gratis i lodtrækningen med den større eller mindre gevinstchance. Over for de tilfælde, hvor der overhovedet ikke krævedes nogen form for indskud, heller ikke køb af den pågældende vare, stod man helt magtesløs. I andre tilfælde stillede arrangører af reklamelotterier den betingelse, at deltagerne foruden at købe pågældende vare skulle løse en eller anden opgave, en rebus eller lignende. Så var det jo ikke rent lotteri, men afhæng af pågældendes dygtighed og viden, om de kunne komme med i lotteriet. Man så dog efterhånden fra myndighedernes side stort på opgavernes sværhedsgrad. Det er ikke sjældent, at dagbladslæsere bliver præsenteret for den enorme hjerneanspændelse at se f. eks. silhuetten af en mand med rundpuld hat og med en stor cigar i munden, hvorpå spørgsmålet lyder: Denne mand var med til at vinde krigen mod Hitler. Er det a) Krag, b) Holger Fællessanger eller c) Churchill? Der er kun én ting, der er lidt ubegribelig: at et sådant blads læsere ikke i fornærmelse afbestiller bladet.