

[Handelsministeren.]

sundhedsmæssige problemer, og at der påhviler også det offentlige en forpligtelse til at iværksætte sådanne foranstaltninger, som har rimelig udsigt til at kunne reducere omfanget af disse alvorlige problemer. Ligesom den tidligere indenrigsminister må jeg imidlertid stille mig tvivlende over for forslagsstillernes forventning om, at et forbud mod alkoholreklame i væsentlig grad skulle begrænse tilskyndelsen til at bruge alkohol.

Jeg har også meget svært ved at tro på, at et reklameforbud skulle kunne bidrage væsentligt til at formindske den kriminalitet og de færdselsulykker, der har baggrund i spiritusnydelse. Jeg kan i denne forbindelse henvide til at Rådet for Større Færdselssikkerhed under spørgsmålets behandling i Nordisk Råd ikke fandt, at et sådant forbud ville have nogen indflydelse på antallet af færdselsulykker med spirituspåvirkede førere.

Indenrigsministeriet har i en årrække haft en aftale med tobaksindustrien om begrænsninger i retten til reklamer for cigaretter. Der er ikke fastsat tilsvarende begrænsninger for så vidt angår alkoholreklamer, men det kan dog nævnes, at Bryggeriforeningen har vedtaget regler, der forbyder foreningens medlemmer at bruge øreklamer, der retter sig mod de yngre aldersgrupper, eller reklamer i forbindelse med sportsmotiver, automobilkørsel o. lign. Disse reklamebestemmelser må bl. a. ses som Bryggeriforeningens erkendelse af, at en meget pågående reklame på dette område ikke er acceptabel, og jeg anser en sådan branchevedtægt om neddæmpning af reklamer for yderst fornuftig.

Selv om man som jeg ikke tror på, at alkoholreklamen generelt set har nogen særlig indvirkning på misbrugets omfang, så finder jeg det alligevel på baggrund af vor viden om de ulykker, alkoholen er årsag til, noget anstødeligt, hvis reklamen skulle idealisere og glorificere spiritusnydelse, eller hvis den specielt retter sig mod ungdommen eller andre særligt påvirkelige grupper i befolkningen. Den reklameform, som f. eks. søger at overbevise publikum om, at hverdagen kun kan klares, hvis den begyndes med et lille glas, forekommer mig ubehagelig.

Som nævnt finder jeg ikke, at et generelt reklameforbud er egnet til at fremme det mål, som jeg har fælles med forslagsstillerne,

nemlig i videst muligt omfang at få reduceret de mange alvorlige følgevirkninger af alkoholmisbrug, og jeg vil derfor ikke kunne medvirke til gennemførelsen af et sådant indgreb.

Tastesen (S):

Nordisk Råd har i sin visdom vedtaget følgende rekommandation — hvis jeg må have lov at citere:

„Nordisk Råd anbefaler regeringerne at indføre forbud mod alkoholreklame i Norden og at iværksætte en effektiv information om alkoholens skadelige virkninger, særlig over for ungdommen.“

Der var ikke nogen særlig stor dansk tilslutning til denne rekommandation. Tværtimod kan vi vel sige, at de fleste kredse, og det gælder også parlamentsmedlemmerne fra Danmark, var imod den.

Det forholder sig således, at den anden del af rekommandationen, dette med det forebyggende arbejde, har vi omtalt under det tidligere lovforslag, og det er der ingen grund til at komme ind på, for netop information om alkoholens skadevirkninger er noget, der er væsentligt, og dér må der selvfølgelig finde et oplysningsarbejde sted. Men for den første dels vedkommende — den, der handler om alkoholreklamer — må jeg på mit partis vegne sige, at spørgsmålet om reklame må betragtes som en helhed og ikke som et isoleret fænomen i forhold til specielt alkohol. Hvad med tobakken og andre ting? I det hele taget hvad med reklamens generelle situation? Spørgsmålet om, hvorvidt det er objektiv reklame, vejledende reklame osv., hører sammen med en anden og mere seriøs problematik end den, der kommer frem her.

Vi kan altså ikke medvirke til gennemførelse af det forslag, der fremsættes her.

Og vær så sikker på én ting, vil jeg gerne sige til forslagsstillerne fra kristeligt folkeparti, at det sikkert vil gå som i Norge, hvis dette lovforslag bliver vedtaget. Navne som Tuborg og Carlsberg er i den grad indgroet i den danske befolknings bevidsthed, og disse navne fjernes ikke. Tuborg og Carlsberg vil fortsat være forbundet med Hof og den grønne Tuborg. Det ligger så stærkt i folks bevidsthed, at selv om der nede i et lille hjørne står „lys pilsner“ eller „citronvand“ eller „appelsinvand“, eller hvad det skal