

[Indenrigsministeren]

Det er hensigten som udgangspunkt for disse regler at tage de nuværende frivillige brancheaftaler på tobaksområdet, men at skærpe disse på forskellige punkter, bl. a. for at undgå omgåelse og enhver form for forherligelse af alkohol og tobak.

Flere af de former for alkoholreklame, som vi har set i den seneste tid, anser regeringen for skadelige og klart u hensigtsmæssige ud fra et forebyggelsessynspunkt.

Reglerne vil skulle udarbejdes i samarbejde med brancherne, ligesom det fortsat er tanken, at forbrugerombudsmanden skal have kontrollen med reglerne overholdelse.

Det er regeringens klare opfattelse, at der skal være knyttet offentligtretlige sanktioner til overtrædelse af reglerne; sagt med andre ord: man skal kunne straffes for eventuelle overtrædelser.

Som jeg har sagt indledningsvis, ser vi med stor alvor på udviklingen i alkoholmisbruget her i landet. Hvis vi var overbeviste om, at et reklameforbud ville medføre en nedgang i alkoholmisbruget, ville vi være parate til at støtte det fremsatte forslag, men vi er som sagt i tvivl om det. Det er altså ikke et spørgsmål om manglende vilje, men om usikkerhed over for værdien af det fremsatte forslag, der gør, at vi i al fald på nuværende tidspunkt er forbeholdne over for et egentligt reklameforbud.

**Hans Jørgen Jensen (S):**

Det forslag, som vi skal tage stilling til, er jo et forslag om forbud mod reklame for stærke drikke. Når man har siddet og hørt på debatten om narkotikamisbruget, kunne man ønske, at der i folketinget var en lige så stor interesse for at diskutere alkoholmisbruget i dette land, som antalsmæssigt er et langt større problem, end man kender det på narkotikaområdet. Det skaber i hvert fald lige så mange menneskelige og sociale problemer, som misbrug af narkotika gør.

Man taler altid om de offentlige indtægter, afgifterne på øl og spiritus, men man taler aldrig om de store udgifter, som sygehusbehandling, behandling på alkoholklinikkerne, de sygedagpenge, der udbetales, de mange invalidepensioner og meget andet af pengemæssig karakter, som misbrug af alkohol fører med sig.

Jeg mener, der må gøres en indsats for at begrænse misbruget. Jeg kan derfor tilslutte mig tanken om at se nærmere på baggrunden for misbruget, og blandt de mange faktorer, der er til stede, er det rimeligt at antage at også reklamen spiller en ikke uvæsentlig rolle.

Jeg er imidlertid ikke ganske sikker på, at et decideret forbud er den rette løsning, bl. a. fordi et sådant forbud vil kunne omgås af dygtige reklamefolk, hvilket vi bl. a. har kunnet konstatere i Norge, der har meget strengere regler, ja, et egentligt forbud mod reklame.

Jeg vil derfor være mere tilbøjelig til at ønske gennemført, sådan som indenrigsministeren sagde det, en aftale mellem det offentlige, dvs. indenrigsministeren, og øl- og spiritusbranchen om en reklameform, der i nogen grad ligner den ordning, der i dag eksisterer inden for tobaksbranchen, og som blev indgået i 1972 og senere ændret i 1980. Denne ordning bør strammes op på en sådan måde, at der også bliver visse sanktionsbestemmelser.

Endvidere kunne jeg forestille mig, at forbrugerombudsmanden, der har behandlet visse sager, fik det som et sagsområde, således at han skulle være påtaleberettiget i tilfælde af overtrædelser.

I øvrigt vil jeg henvise til det af Afholdsselskabernes Landsforbund fremsatte forslag af 27. august 1980 over for folketingets retsudvalg, hvor afholdsselskaberne principielt tilslutter sig tobaksindustriens frivillige forslag, som jeg nævnte, fra 1972 med senere regulering af 1980.

Jeg håber altså på, at vi kan se frem til et positivt udvalgsarbejde på dette område.

**Bjørn Elmquist (V):**

Det foreliggende forslag er jo en gammel kending. Vi har haft flere folketingsbehandlinger af dette igennem årene, og det kan derfor let gå hen og blive gentagelser, vi kommer med her fra talerstolen. Jeg skal derfor – også af hensyn til det fremrykkede tidspunkt – gøre mit indlæg forholdsvis kort.

Jeg vil starte med at understrege, at det er vor opfattelse i venstre, at der i dag som tidligere ikke foreligger nogen undersøgelse, der kan bekræfte, at et eventuelt reklameforbud skulle have nogen positiv effekt på totalfor-