

[Birgith Mogensen]

Ligeledes er det min opfattelse, at lande, som under en eller anden form skaber forbud mod og restriktioner vedrørende alkohol, samtidig skaber hjemmebrænderier, hvis produkter forårsager sygdom og undertiden død. Jeg tænker f. eks. på fremstilling af træsprit.

Det er min opfattelse, at den danske øl-, vin- og spiritusbranche forvalter vedtagne retningslinjer for markedsføring på en selvjustitspræget og sober måde. Det sker, at et eller andet alkoholfirma bevæger sig uden for den usynlige grænse, men det er mit indtryk, at disse særtilfælde meget hurtigt stoppes ad frivillig vej.

CD kan ikke tilslutte sig dette forslag.

Inge Krogh (KrF):

Jeg må sige tak til ordførerne og specielt tak til indenrigsministeren, som har vist megen forståelse for vores forslag og for alkoholmisbrugets omfang og skadelige virkninger i vores samfund.

Indenrigsministeren vil være med til at stramme reglerne, men mener, at det skal ske gennem frivillige aftaler mellem ministeren og brancheforeningerne. Det har vi jo haft. Som det blev nævnt, har der været to aftaler, og de er blevet revideret. Men jeg må sige: har man nogen erfaring med, at de er blevet overholdt? Det synes jeg bestemt ikke de er. Det er ganske klart blevet sagt, at man ikke må bruge unge, og at man ikke måtte bruge sportsidoler til reklamerne, og hvad ser man så? Det er ikke så forfærdelig længe siden, man på samtlige banegårde ud over landet kunne se store reklamer for Carlsberg: Skål for Kviks toer, skål for landsholdet, skål for talenterne. Man så billeder af beatfestivalen i Roskilde, hvor folk sad med deres Carlsberg, og det er i hvert fald også unge mennesker. Nu ved jeg godt, at forbrugerombudsmanden greb ind, men da havde de dog været der i en måned, og da ville man alligevel have trukket plakaterne tilbage. Jeg tror altså ikke rigtig på, at det er tilstrækkeligt at stramme reglerne.

Der er også en anden argumentation for, at det ikke er nok at stramme reglerne. Der har været talt meget om, at man skal oplyse, og det har jeg i hvert fald også gjort tidligere, når vi har diskuteret alkoholproblemet, men hvad kan det nytte, at man siger, at

man skal oplyse, hvis man samtidig forherliger det i reklamerne, for det gør man.

Reklamefolkene er selvfølgelig bange for dette forslag. Måske ikke så meget for kristeligt folkepartis forslag, men noget af det, der har gjort dem bange, er vel, at vi i efteråret kunne læse i aviserne, at man på socialdemokratiets kongres havde besluttet, at man skulle fremsætte forslag om forbud mod reklamer for alkohol. Det har jeg gået og ventet på længe. I mit parti ventede vi til sidste øjeblik med at fremsætte vores forslag, fordi vi hellere ville have haft det fra socialdemokratiet. Men det kom ikke, og så sendte vi vort forslag ned den sidste dag, hvor der var mulighed for, at et forslag kunne behandles og gå videre.

Reklamefolkene blev altså bange. Det viste sig bl. a. ved, at man udgav et helt hæfte, der behandlede dette problem. På forsiden af hæftet stod der: Jeppe drak, og han har aldrig set en reklame. Det er der sådan set ingen der ved. På det tidspunkt, da skikkelsen blev skabt af Holberg, var Berlingske Tidende i hvert fald på markedet. Det er ikke sikkert, at Jeppe har set det, men hvem ved, om ikke Jakob Skomager havde visse attrapper eller noget andet foran sin bod. Det tror jeg absolut han har haft. Man har været klar over, at her kunne man altså få brændevin.

Jeg så det som noget meget positivt – noget, som jeg overhovedet ikke selv havde turdet stille forslag om – at indenrigsministeren talte om, at der skulle være sanktioner for at overskride de retningslinjer, man nu ville lægge for reklamerne, de noget strammere regler.

Fru Marianne Bentsen-Pedersen sagde bl. a., at hun ikke mente, man hjalp nogen ved at forbyde reklame for alkohol, og jeg kan da godt sige, at jeg ikke gør mig nogen forestilling om, at det løser hele alkoholproblemet for vores land, bestemt ikke, for der er mange facetter i det, men jeg tror, det er meget vigtigt, bl. a. fordi denne reklame ustandselig minder befolkningen om, at alkohol er noget, som er attråværdigt. Jeg ved i hvert fald, at folk, der er på afvæning, føler det frygteligt, når de ser de reklamer. De kan jo ikke færdes i byen, de kan ikke åbne deres avis, de kan ikke åbne deres blad, uden at de ser disse reklamer.