

Bemærkninger til forslaget

På Nordisk Råds session i 1974 vedtoges den 18. februar følgende rekommandation (A 410/j):

»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«.

De øvrige nordiske lande har fulgt denne rekommandation.

I Finland er al reklame for alkohol – herunder almindeligt øl – forbudt. Dog er det tilladt at reklamere i hotel- og restaurationsbranchens publikationer. Norge har indført forbud mod reklamering for alkoholiske drikke med et alkoholinhold på over 2½ volumen procent. Undtaget er dog annoncer i importerede udenlandske tidsskrifter m.v. Også Sverige har forbudt reklamer for spiritus, vin og stærkt øl. Ligesom i Norge gælder der her visse undtagelser for udenlandske aviser og tidsskrifter. I Island har det i flere år været forbudt at reklamere for spirituosa og vin.

Danmark er således det eneste nordiske land, der endnu ikke har fulgt vedtagelsen i Nordisk Råd.

I 1981 udarbejdede indenrigsministeren udkast til forslag til lov om markedsføring af alkoholiske drikke, som blev sendt til høring hos berørte parter. Forslaget var med i regeringens lovkatalog, da folketinget åbnede den 6. oktober 1981, men var ikke med i det lovkatalog, regeringen præsenterede den 12. januar 1982.

Forslagsstillerne finder det derfor nødvendigt at fremsætte nærværende forslag, der stort set svarer til et i folketingsåret 1980–81 fremsat forslag, se Folketingstidende 1980–81, forhandlingerne sp. 5909 og sp. 7752 samt tillæg A sp. 3779.

Formålet med forslaget er at begrænse den ópfordring til forbrug af stærke drikke, der ligger i reklamen. Alkoholmisbrug skaber menneskelige og sociale problemer og er en væsentlig årsag til de mange færdselsulykker, hvis følger belaster samfundet såvel som det enkelte menneske. Ligeledes kan kriminalitet skyldes alkohol; specielt bør nævnes, at langt de fleste tilfælde af grovere vold begås under påvirkning af alkohol.

Udgangspunktet for de nedenfor nævnte retningslinjer er taget i de nuværende frivillige brancheaftaler på alkohol- og tobaksområdet, men er skærpet på forskellige områder. De beskrevne markedsføringsbegrænsninger svarer stort set til de af indenrigsministeren i det nævnte udkast foreslåede begrænsninger.

Hovedindholdet af de begrænsninger af alkoholreklamen, der i det mindste bør gennemføres, kan kort beskrives som følger:

I. *Formen* for reklame for alkoholiske drikke begrænses til:

- a) Annoncering i dagblade, ugeblade, tidsskrifter, distriktsblade m.v., bortset fra sportstidsskrifter og blade m.v. eller dele af sådanne, som væsentligst indeholder underholdningsstof eller andet stof særlig af interesse for børn og unge. Annoncestørrelsen må ikke overstige 2000 spaltmillimeter.
- b) Reklamering ved hjælp af skilte, plakater, lysreklamer, uddeling af smagsprøver, forskellige former for udstillinger m.v. i og uden for forretninger, som normalt handler med alkoholiske drikke, hoteller, restauranter m.v., som har spiritusbevilling, og firmaer, som producerer alkoholiske drikke.
- c) Reklamering på leveringsvogne (herunder chaufførernes beklædning), når disse bruges til normal varetransport.
- d) Annoncering i fagblade og prislister til en gross og detailhandelen.

De ovenfor skitserede bestemmelser er nogenlunde i overensstemmelse med brancheaftalen på tobaksområdet, men medfører væsentlige begrænsninger i forhold til den eksisterende brancheaftale på alkoholområdet, idet det herefter hovedsagelig kun er lovligt at reklamere for alkoholiske drikke ved annoncer i forskellige blade og på udsalgssteder m.v.

Det er f.eks. ikke tilladt at reklamere ved biografilm, plakater, skilte, lysreklamer m.v., på busser og andre offentlige transportmidler, stationer, busholdepladser, sportspladser, husfacader o.s.v.,