

FORBRUGERRÅDET

Udgiver af Tænk

Den 22. april 1986

Til pressen

Reklameskat til forbrugeroplysning

Forbrugeroplysningen bør styrkes væsentligt som modvægt til de TV-reklamer, der følger af TV 2 forliget mellem regeringen og det radikale venstre. Det mener Forbrugerrådet, der især peger på, at misforholdet mellem et årligt dansk reklameforbrug på ca. 8 mia kr. og de få mill. kr. til forbrugerarbejdet bliver endnu mere grelt, når reklamerne indtager TV-mediet. Derfor bør der nu lægges en generel afgift på al reklame, så der kan ydes væsentligt større beløb til forbrugerarbejdet og anden saglig oplysning.

TV 2 forliget drejer sig ikke kun om at få mere fjernsyn. Med TV-reklamer åbnes der

også for en stærkere påvirkning af forbrugerne. Da TV-reklamer giver forbrugerne færre oplysninger end annoncer i trykte medier, og da de samtidig virker særdeles stærkt, bør der også her afsættes særlige midler til forbrugeroplysning.

I øvrigt mener Forbrugerrådet, at markedsføringsloven bør skærpes, så reklamer skal give et vist minimum af oplysninger. For varer bør man kræve information om indhold, anvendelse, opbevaring, producent og evt. importør. For tjenesteydelser f.eks. pris, omfang og indhold.

Venlig hilsen

Jesper Balslev,

informationsmedarbejder