

[Pia Gjellerup]

konkurrenceforvridning, i hvert fald rimeligt retfærdigt og uden ret megen konkurrenceforvridning.

Jeg kan sige, at vi i Socialdemokratiet i tidens løb har interesseret os ganske ihærdigt for, om det kunne være muligt på en eller anden måde at udskille noget, som vi klart ville kunne definere. Men i det øjeblik, man laver en regel på et sådant område, ved man, at så vil den virkelighed, reglen beskriver, ændre sig, og det har været en af grundene til, at vi har måttet se bort fra at kunne lave en sådan reklameafgift.

Det er ikke ensbetydende med, at andre ikke ville kunne være så tilpas kreative, at de ville kunne finde på noget, men i hvert fald kan jeg konstatere, at SF's forslag ikke er af en sådan art. Der er en masse tvivl om, hvordan man overhovedet skal definere begrebet reklamer, og er det i virkeligheden ikke kun vildledende reklame, man er ude efter at lægge afgift på?

Men jeg synes, det er på sin plads, når det er sagt, også at nævne, at der selvfølgelig foregår – og heldigvis da – en hel del forbrugeroplysning, uden at vi skal betale reklameafgift for den, en forbrugeroplysning både i offentligt regi og privat regi fra en lang række organisationer. Forbrugerstyrelsen og Statens Husholdningsråd under Industriministeriet har som en af sine opgaver at drive forbrugeroplysning dels skriftligt og dels i radioen. Desværre ikke – endnu da i hvert fald – i tv.

Forbrugerrådet driver en omfattende forbrugeroplysning, delvis også med offentlig støtte. Dansk Varefakta har til opgave at udforme varefakta, der er en meget værdifuld oplysning, og flere andre organisationer præsterer også god og reel oplysning. Men selvfølgelig vil der også på dette område kunne bruges flere penge, men det er urimeligt at knytte det sammen med en helt umulig reklameafgift.

Derfor skal jeg konkludere, at Socialdemokratiet ikke kan tilslutte sig forslaget.

Flemming Hansen (KF):

Jeg synes, at jeg skylder skatteministeren en kompliment for den udmærkede tale. Det var mange flotte eksempler, der blev nævnt på urimelighederne, hvis dette beslutningsforslag skulle vedtages. Men jeg vil så samtidig sige, at jeg konstaterer jo, at fru Pia Gjellerup gerne ville have en reklameafgift, hvis det var muligt

at lave den, og det beklager jeg til gengæld overordentligt.

Så skal jeg sige, at jeg taler på vegne af den konservative folketingsgruppe – naturligvis – men at fru Pia Larsen fra Venstre har bedt mig også tage Venstres folketingsgruppe med, da fru Pia Larsen er blevet forhindret på grund af det sene tidspunkt.

Begge grupper kan kategorisk afvise dette forslag. Forslagets bemærkninger viser klart et rystende ukendskab til de forhold, erhvervslivets udøvere arbejder under. SF tror, at en virksomhed for sjov bruger millioner eller milliarder af kroner på at udvikle og producere en vare, og at man så derefter skulle undlade at markedsføre det produkt, man er nået frem til. Tror SF, at en virksomhed har mulighed for at være konkurrencedygtig på et hårdt marked som f.eks. det danske, i EU eller i USA, hvis ikke éns produkter er 100 pct. i orden, 100 pct. konkurrencedygtige, 100 pct. prisrigtige? Det er nu altså, kan jeg sige til SF's ordfører, et godt og sandfærdigt udtryk, når man siger, at en vare først er færdigproduceret, når den er hos den endelige forbruger, og så er det sådan set lige meget, om en del af produktionsledet har form af markedsføring.

Efter at have læst forslaget tænker jeg med gru på, hvilke frygtelige konsekvenser det ville få for dansk erhvervsliv, hvis SF fik den mindste indflydelse på regeringens erhvervspolitik. Jeg frygter det, og jeg håber, at det kan undgås.

Imidlertid er det indlysende, at der også i den socialdemokratiske folketingsgruppe – det hørte vi jo fra fru Pia Gjellerup – var mennesker, der har samme opfattelse, men som blot siger, at det ikke kan lade sig gøre; man ønsker at styre erhvervslivet. Hjemmeservice er et af de gode eksempler herpå. Når jeg nævner ordet hjemmeservice, er jeg på det seneste blevet opmærksom på de sidste fem linjer i bemærkningerne til forslaget, hvor der står: »Når der i forslaget bruges betegnelsen kommercielle reklamer . . .«, og så nævner man, hvad der ikke tænkes på, heller ikke reklamer for velgørende organisationer, offentlige myndigheder osv. Og det vil ifølge SF sige, at når man bruger 12 mio. kr. på at markedsføre hjemmeservice, skulle det være fritaget. Det er jo da endnu en måde at konkurrenceforvråde på.

Endelig skal jeg sige, at vi er da vist et af de få lande, hvor Forbrugerstyrelsen og forbru-