

[Flemming Hansen]

gerorganisationerne får et ganske pænt beløb i tilskud. Så skulle vi ikke lade det blive ved det tilskud?

(Kort bemærkning).

**Pia Gjellerup (S):**

Jeg skal bare helt stilfærdigt spørge hr. Flemming Hansen, om han ikke også kunne tænke sig på en eller anden måde – det være sig med en afgift, det er sikkert en udmærket måde, en markedsøkonomisk orienteret måde – at komme noget af det meget bras til livs, som vi faktisk bliver præsenteret for som forbrugere, og som misbruger vores miljø i et fuldstændig vanvittigt omfang?

Det ville da være godt, hvis vi kunne komme noget af det bras, som jeg så kalder det, til livs, for det ville nemlig give det, der er reklamens egentlige formål i en lang række sammenhænge, en langt bedre position. Vi ville simpelt hen som forbrugere kunne se mere reel oplysning om varer, også om, hvor gode varerne nu er, fra dem, der afsætter dem, sådan at man som forbruger faktisk ville være stillet meget bedre. Jeg må sige, det er sådan et ideelt ønske, som jeg synes jeg forsøgte at give udtryk for i Socialdemokratiets ordførertale. Men jeg må sige, at vi konkluderer, at det ikke kan lade sig gøre. For man kan ikke, sådan som man måske kunne ønske det, udskille det, der er braset, og lægge en afgift på det. Altså må man sige, at der er ideelle fordringer her i livet, som man ikke kan få opfyldt, men derfor kan man stadig godt have et ønske om, at verden måske så lidt bedre ud, end den gør.

**Kim Behnke (FP):**

Jeg kan ikke lade være med at komme med en enkelt bemærkning til fru Pia Gjellerups seneste betragtning om bras.

Hvad bilder fru Pia Gjellerup sig ind? At gøre sig til smagsdommer med hensyn til, om en Føtexreklame er mere bras end den fra Kvickly eller Brugsen? Det hører ingen steder hjemme, og den tankegang – den totalitære tankegang – der ligger bagved: bare vi dog kunne styre det, kan jeg kun med al gru tage afstand fra. Tanken om et samfund, hvor man skulle kunne styre den slags, er så afskyelig, at jeg slet ikke kan finde ord for det.

Men i øvrigt er det jo underligt, at netop de betragtninger kommer fra det parti, der mere

end noget andet var med til at forhindre indførelsen af tv- og radioreklamer i Danmark, for de er jo da noget af det mest miljøvenlige, vi overhovedet kender. Der går ikke nogen finske skove til, fordi Irma sætter prisen på hakket kød ned med 10 kr., hvis de får lov til at reklamere i radio og tv, hvorimod de i dag på grund af de meget restriktive regler, vi har i Danmark for radio- og tv-reklamer, er nødt til at trykke forskellige former for aviser og blade og distribuere dem.

Tilbage til selve forslaget. Jeg vil gerne takke skatteministeren. Jeg har sjældent i den tid, jeg har været herinde, været mere enig med skatteministeren end i denne sag. Opremsningen af de tekniske problemer, dette ville medføre, var ikke komplet, men var dog trods alt tilstrækkelig fyldestgørende til, at vi hurtigt kan konkludere, at dette selvfølgelig ikke kan lade sig gøre. Og SF har øjensynlig slet ikke gjort sig tanker om, hvad dette ville betyde af problemer. Hvis vi lægger den afgift på, som SF foreslår, bliver reklamerne jo bare produceret i udlandet.

De bliver sendt med post som almindeligt brev fra udlandet, og medmindre SF vil bryde brevhemmeligheden, vil reklamebrochurerne nå frem til husstandene fuldstændig som i dag.

Vi har bare skubbet tusinder og atter tusinder af arbejdspladser ud af Danmark, for det er en god industri. Der er masser af mennesker, der holdes beskæftiget med at trykke reklamerne for Netto og Føtex og Brugsen, og det er gode arbejdspladser.

Hvis man endelig vil følge SF's tanker helt ud og ligefrem forbyde reklame, så vil der i Malmø starte flyvemaskiner med bannere, og de vil flyve ind over København om sommeren. Man kan distribuere det via edb-net og telefonreklamer osv. Det er alt sammen noget, som kun en fuldstændig totalitær stat kan dæmme op for, og som sagt er vi modstandere af det.

SF tillader sig også at gøre sig til smagsdommer, nemlig ved at konkludere i bemærkningerne, at hovedreglen enten er total informationstomme eller direkte vildledende reklamer. Det er urimeligt, at SF gør sig i den grad til smagsdommer.

Så et problem, som SF ikke tager stilling til, og det kan man ikke tage stilling til, ganske som skatteministeren var inde på: Hvad er for-