

via oplysningsvirksomhed, som det offentlige står for, for det offentlige skal ikke tjene penge på at sælge mest muligt af et bestemt præparat. Det offentlige er kun interesseret i at oplyse befolkningen i modsætning til reklamen, som kun går ud på at sælge mest muligt.

(Kort bemærkning).

Tom Behnke (FRI):

Jeg vil gerne spørge fru Birthe Skaarup, der jo har fremsat forslaget her, om det ikke er korrekt, at virksomheder, der reklamerer for et produkt, ikke kun gør det for at sælge så mange produkter som muligt her og nu, men også på længere sigt ønsker at fastholde et produkt på markedet.

Og er fru Birthe Skaarup ikke enig med mig i, at hvis en virksomhed misinformerer eller undlader at informere om væsentlige ting omkring et præparat, der betyder, at forbrugeren lider skade, så vil det også skade produktet og dermed virksomheden, og dermed vil man ingen penge tjene?

Altså er der en naturlig lov omkring markedsføring, og markedet regulerer sig selv. Hvis en virksomhed laver misreklamation for et produkt eller undlader, tilbageholder informationer el.lign., så har det kun en ganske, ganske kort levetid. Og dermed er der ingen virksomheder, der er interesseret i at lave den form for reklame.

(Kort bemærkning).

Hanne Andersen (S):

Ja, nu bekræftede fru Birthe Skaarup heroppefra, at reklamers væsen er at sælge, og havde så den efterfølgende bemærkning, at det kan jo så være, at produktet er godt eller skidt for den enkelte, men det må den enkelte jo så finde ud af.

Derfor vil jeg gerne spørge, om fru Birthe Skaarup i virkeligheden ikke mener, at information og vejledning er den bedste mulighed, hvis man vil videre med folkesundhed, i stedet for at lade folk handle i blinde og håbe på, at det går godt.

(Kort bemærkning).

Birthe Skaarup (DF):

Med hensyn til de spørgsmål, hr. Tom Behnke rejste, kan jeg kun give ham ret i, at enhver virksomhed, der reklamerer, da overhovedet ikke kan holde til ikke at reklamere for et pro-

dukt, der virkelig kan hjælpe befolkningen, og det var sådan set det, det gik ud på.

Til hr. Frank Aaen igen: Hr. Frank Aaen er så betonagtig, og det er så hr. Frank Aaens problem. En reklame kan jo altså være til gavn for befolkningen, og det var faktisk det samme, fru Hanne Andersen var inde på.

Det er klart, at information da også hjælper, men information kan da godt følge med en reklame for et håndkøbspræparat.

Jeg tror, at tiden vil blive moden til det her forslag. Det håber jeg i hvert tilfælde for dem, der her i dag har vendt tommelfingeren nedad til forslaget.

(Kort bemærkning).

Preben Rudiengaard (V):

Er fru Birthe Skaarup ikke enig i, at såfremt man nu lod den private sektor få lov til at lave dette reklamefremstød, så ville man kunne opnå en fortjeneste i den private sektor, så vi kunne få udviklet nye præparater og gerne dem med appetitnedsættende virkning og dem til alkoholfævnning, og på den måde kunne vi få en gevinst? Det er et privatøkonomisk foretagende, som kan lave udvikling.

Jeg ville være dybt betænkelig, såfremt udviklingen kun skulle ske i det offentlige, som andre ordførere har været inde på. Så tror jeg, vi ville stagnere.

Jeg vil gerne spørge, om fru Birthe Skaarup er enig i disse betragtninger.

(Kort bemærkning).

Frank Aaen (EL):

Fru Birthe Skaarup sagde før, at reklamer kan være til gavn for borgerne. Fuldstændig enig, det kan godt ske. Men det er lige præcis ordet »kan«, der er problemet, for det er ikke formålet med en reklame.

Når en virksomhed reklamerer, er formålet ikke at være til gavn for befolkningen, så er formålet at sælge produkter og tjene penge. De kan eventuelt bruges til noget fornuftigt. De kan eventuelt også bare gå til aktionærene. Aktionærene står i øvrigt først for, ellers lukker enhver virksomhed. Det ved f.eks. hr. Rudiengaard jo alt om. Det er det, der er problemet.

Jeg ikke kan forstå, at Dansk Folkeparti ikke kan indse, at reklame har et helt andet formål end at gavne befolkningen. Reklame har det formål at gavne en virksomhed og dens overskud.