

penge, må det ske ved et ændringsforslag til finansloven.

Hermed sluttede forhandlingen, og forslaget overgik derefter til anden (sidste) behandling.

Afstemning

Fjerde næstformand (Poul Nødgaard):

Jeg foreslår, at forslaget til folketingsbeslutning henvises til Kommunaludvalget. Hvis ingen gør indsigelse, betragter jeg det som vedtaget. (Op- hold). Det er vedtaget.

Den næste sag på dagsordenen var:

7) Første behandling af lovforslag nr. L 134:

Forslag til lov om forbud mod tobaksreklame m.v.

Af sundhedsministeren (Sonja Mikkelsen).
(Fremsat 13/12 2000).

Lovforslaget sattes til forhandling.

Forhandling

Holger Graversen (S):

Lovforslaget indeholder ganske enkelt et forbud mod at reklamere for tobaksprodukter af enhver art undtagen i og ved specielle tobaksforretninger og inde i butikker, der sælger tobaksvarer. Disse steder må der kun vises navnet og prisskiltet. Lovforslaget er således en god opfølgning på regeringens folkesundhedsplan og den konkrete lovgivning på tobaksområdet om forbud mod tobaksrygning i skoler m.v., vi allerede vedtog i efteråret.

Formålet med dette forslag er naturligvis også at begrænse de sundhedsskader, som brugen af tobak bevisligt medfører. Både rygere og ikkerygere ved alt om, hvor svært det er at holde op med at ryge. Vi kan bare henvise til, at over halvdelen af rygere ønsker at holde op, hvormod det desværre kun lykkes for en mindre del. Derfor er der al god logik i at gøre alt, hvad vi kan, for at børn og unge ikke bliver rygere, og at der ikke bliver flere nye rygere, og vi mener, at et forbud mod reklamer kan bidrage væsentligt til det.

Det er nemlig ikke rigtigt, som bl.a. tobaksindustrien hævder, at reklamer ikke har indflydelse på især børn og unges lyst til at ryge, og ellers ville man vel heller ikke ofre ca. 34 mio. kr. på reklamer på området. Næh, flere amerikanske undersøgelser blandt 13-16-årige viser, at smarte tobaksreklamer påvirker i negativ retning. Jeg mener også, at smarte tobaksreklamer kan gøre det sværere for mange rygere, der ønsker at gennemføre et rygestop, så vi støtter også rygestopperne med forslaget, og det er der god grund til at gøre.

Sponsorering bliver også forbudt, hvis en sponsorstøtte er betinget af en form for reklame. Men selvfølgelig har alle – også tobaksfirmaer – fortsat lov til at støtte godgørende formål som idræt og kultur, og man kan vel sige, at det ville give tobaksindustrien en dårlig omtale, hvis den med henvisning til dette lovforslag eksempelvis agtede at stoppe støtten til Det Kongelige Teater.

Socialdemokratiet kan altså varmt støtte forslaget om et reklameforbud. Et sådant forbud er i øvrigt allerede lavet i en lang række lande, hvor befolkningen end ikke ryger nær så meget som i Danmark, så vi støtter forslaget.

Gyda Kongsted (V):

I Danmark har vi en fuldt ud lovlig etableret tobaksindustri, og når man har en lovlig industri, kan man ikke samtidig knægte denne lovlige industris ytringsfrihed med et totalt forbud mod at reklamere for egne produkter, uanset om det sker på et offentligt område eller et privat område, jf. ministerens bemærkninger til § 3.

Ministerens intentioner om at begrænse rygning og antallet af nye rygere har Venstre sympati for. Men det er altså ikke den rigtige vej at gå, hvilket analyser jo også bekræfter, når man sammenligner rygning i lande med reklameforbud og lande, hvor der ikke findes reklameforbud.

Allerede i 1999 indgik den daværende regering og den danske tobaksindustri en meget stram og restriktiv aftale om hele reklamesiden, netop for at undgå at unge mennesker under 30 år skulle blive udsat for en reklamestrøm fra industriens side, der kunne skabe nye rygere. Denne aftale er blevet overholdt.

Aftalen af 1999 blev endda så stram, at den i § 10 indeholder en bestemmelse om, at markedsføringen for den danske tobaksindustri ikke må søges omgået ved i stedet for at nævne en tobaksvares navn at anvende et mærke, emblem, symbol m.v. Derfor virker det meget besynder-