



## politisk reklam

Den politiska reklamen är som bekant inte underkastad samma stränga regler som gäller för kommersiell reklam. Det är tur för politikerna, eller åtminstone för partikanslierna. Om så varit fallet skulle många annonser under den senaste valrörelsen ha fällits för att inte stå i överensstämmelse med god affärssed. Det gäller särskilt de s-märkta annonserna. I kommersiell reklam får man inte tillvita konkurrenterna fel och brister, inte ens om man har rätt i sak. I politiken får man t o m ifrågasätta sina konkurrenters ärliga uppsåt.

Men om man inte behöver tillämpa kommersiella hedersregler i politiken, skulle man inte då i stället kunna tillämpa politikens brist på hedersregler i kommersiell reklam? Låt oss tänka oss en bilansons som ett experiment, en annons för Renault. Renault, därför att jag själv kör denna förträffliga bil och därför att jag vet att deras återförsäljare aldrig skulle kunna tänka sig att skriva en så enfaldig annonstext som den här:

**Varför Du väljer RENAULT!**

100 000-tals svenskar har redan gett RENAULT sitt förtroende. Varför? Jo, de vet. I en värld av svällande trafikvolym och ökade olycksrisker är det RENAULT som står på bilisternas sida. Se på Volvo! Dom har i dagarna dragit igång en ny ohederlig kampanj för att få bilisterna att välja Volvo i år. Det kommer dom inte att lyckas med. Bilisterna vet vad Volvos löften är värda. Bilisterna minns den gamla skrotlådan

PV 444. Och dom minns Amazonen — redan namnet var ett ömkligt försök att fria till de kvinnliga bilisterna. Fortfarande kör en och annan omkring på vägarna. Håll undan när Du möter dom!

I år försöker Volvo vinna över bilisterna genom en modell med kylargrill à la Rolls-Royce. Det är verkligen avslöjande!

Jovisst — nog uppskattas modellen av en och annan direktör, som kan skriva de skyhöga reparationskostnaderna på firman. Volvo har alltid varit en bil för dom som inte själva behöver betala. 5 års vagnskadegaranti, annonserar Volvo. Just det. Köper Du Volvo har Du en säker garanti för 5 års ständiga vagnskador — alla dolda fel och brister att förtiga. Om den håller i 5 år, vill säga. Att köpa bil är alltid en allvarlig sak. Tala med oss *innan* Du gör Ditt bilköp. Efteråt kan det vara för sent.

RENAULT — för körtrygghet.

Skulle inte den här annonsen — och vi upprepar att den aldrig skulle ha kunnat skrivas av en affärsman — ha kunnat författas av Sten Andersson? Den uttrycker, mutatis mutandis, allt vad socialdemokratiska annonser hade att säga om de politiska motståndarna. Den undviker, precis som s-annonserna, att gå in alltför mycket på de egna förtjänsterna, men ut-

målar konkurrenten som i det närmaste samhällsfarlig.

På affärshåll vet man att man inte skriver annonser på det här sättet också av det skälet att det skulle stöta bort blivande kunder. Annonsen underskattar läsaren — denne vet ju att Volvo gör bra bilar och att det är därför Volvo har stora framgångar världen över.

Härtill kommer att grundlösa misstänkliggöranden i och för sig alltid är förnedrande. Ingen socialdemokrat tror naturligtvis på allvar att Sten Andersson menar vad han säger, när han antyder att folkpensionerna är i fara om de borgerliga får bilda regering. Ändå pågår denna trafik i val efter val. Det parti, som oupphörligt beskärmar sig över affärslivets överdrifter och stiftar nya lagar till medborgarnas skydd, känner inga gränser nedåt för den egna reklamens förljugenhet.

Tyvärr lönar det föga att sätta sin lit till hr Palme när det gäller den politiska reklamens sanering. Vi bara konstaterar, att ett initiativ från den sittande regeringschefen är det som skulle kunna bli signalen till en annan ordning. Åtminstone skulle med säkerhet de demokratiska partierna gärna följa efter i en allmän uppstramning av valkampanjerna — inklusive den politiska reklamen. Förr eller senare får vi väl också en statsminister som vill och vågar göra detta.

*Anders Arfwedson*