

Hvem tager skraldet...

Danskerne er europamestre i at smide ud. Næsten trekvart ton affald, heraf 63 kilo madspild, bliver det til årlig for hver dansker. Men midt i frådseriet er vi også en nation af loppemarked-elskere, krejlere og genbrugsjægere. De to modsatrettede tendenser trives fint side om side.

Af Christian Nørr Foto: Liselotte Sabroe Collage: Henriette Vabø

Selv på en regnvåd onsdag formiddag er her travlt. Kassevogne med polske, litauiske og danske nummerplader kører i pendulfart ind og ud ad porten til genbrugspladsen i Gentofte. Med lastrummet fyldt med byggematerialer og storskrald.

Der er længere mellem personbilerne og trailerfolket, men bare vent til weekenden, så er det dem, der rykker ind ... Pladsmand Lars Hegner står i frokoststuen med sin kaffe og skuer ud over genbrugspladsen. Iført gule arbejdsbukser med reflekser og et par slidte arbejdshandsker i lommen.

I 13 år har containerpladsen været hans arbejdsplads. I 13 år har han taget imod gentofteborgernes storskrald og har med et hurtigt blik i containerne med »Elektronik« og »Småt brændbart« kunnet konstatere, om der var

happy hour eller tømmere mænd på den anden side af trådhegnet.

»Mængden af affald og storskrald er generelt kun gået én vej: Op! 10-15 procent hvert år på nær det seneste år, hvor krisen har kradset. I de fede tider holdt tingene ikke så længe. Der var kortere lunte over for forkerte farver på køkkenskabene eller designet på tv'et. De senere år er mængden af affald dog faldet. Vi modtager færre fladskærme, computere og kassererede køkkener end i de foregående år.«

Den interne statistik bekræfter Lars Hegners fornemmelse. I 2007 – da alt buldrede frem, og vi efter sigende kunne købe hele verden – modtog pladsen i Gentofte 541 tons elskrot. Sidste år blev det »kun« til 424 tons.

Men uanset antallet af kassererede computere, tv og musikanlæg har den 48-årige

pladsmand ofte i sit stille sind undret sig over kvaliteten af det, folk smider ud.

»Jeg har tit tænkt: »Hold da op, hvor er det gode sager, der bliver smidt ud.« Men jeg har også selv rykket mig. Da mit kun fire år gamle tv for nogle år siden gik i stykker, ville det koste næsten det samme at reparere det, som at skifte det ud med et nyt fladskærms-tv. Jeg valgte selvfølgelig det sidste.«

LARS HEGNER ER langt fra alene. 667 kilo husholdningsaffald smider hver dansker – fra spæd til olding – ud hvert år. Dertil kommer 63 kilo kasseret mad for hver dansker, eller det, der svarer til 10.000 kroner årlig for en almindelig familie med to voksne og to børn.

Det gør danskerne til det folkefærd i Europa, der smider allermost ud. Det viser de nyeste tal fra Eurostat, den europæiske pendant til Danmarks Statistik. Omregner man det til noget, der er lettere at tage og føle på, svarer det til 112 fyldte flyttekasser årlig med skrald fra hver af os, oplyser Miljøministeriet i sin nyeste affaldskampagne fra sommeren 2010.

Men der er ved at ske et markant skift. Selv om vi stadig er europamestre i at smide ud, er der en voksende bevidsthed hos stadig flere danskere om, at den sorgløse brug-smid-væk mentalitet ikke kan fortsætte.

Tegnene i tiden er mange og forskelligartede. Overalt i landet skyder lokale garagesalg

og loppemarkeder op. Markedskalenderen, Danmarks største online annonceringssted for loppemarkeder, taler om en fordobling af udbudte markeder hvert år – de seneste tre år. På gode dage anmeldes 10-12 nye loppemarkeder daglig.

»Der er både flere, der går på loppemarked, og flere, der arrangerer loppemarkeder eller har noget til salg på et. Loppemarkederne skyder op over hele landet i disse år, men stigningen har været særlig markant i hovedstadsområdet. Det skyldes, at der er sket en holdningsændring til det at købe brugt. I gamle dage var det lidt ugleset og mest for dem, der ikke havde råd til andet. I dag er det blevet trendy og en måde at skille sig ud på,« forklarer Torben Kahr, som driver Markedskalenderen, der har over 100.000 brugere hver måned og 2.500 opslåede markeder og garagesalg årlig.

Ifølge ham er der også en anden grund til populariteten.

»Loppemarkederne rammer noget i tiden, en følelse af ansvarlighed og økonomisk bevidsthed. Dertil kommer, at mange mennesker gerne vil udtrykke, hvem de er, ved at mikse gammelt og nyt og på den måde skabe deres egen personlighed. Loppemarkeder i dag er langt fra kun skrammel fra loftet, hvor man skal være glad, hvis man får 20 kroner for det. På mange markeder sælges der dyre

designermøbler, næsten nyt mærketøj til hundredvis af kroner og stort set ubrugt børnetøj. Køberne står i kø.«

ONLINE-MARKEDSPADSER som Den Blå Avis, Trendsale, GulogGratis samt auktionshuse, der har specialiseret sig i at videresælge danskernes aflagte habengut, oplever heller ikke ligefrem krise. De melder tværtimod om

høje tocifrede – og i nogle tilfælde endda trecifrede – vækstrater i annoncering og salg.

Den Blå Avis online har således i år haft 100 procent stigning i antallet af indrykkede private annoncer i forhold til 2008 og vil, når året er omme, sandsynligvis have rundet fem mio. annoncer på deres site alene.

»Spørger vi brugerne, hvorfor de køber og sælger brugt, kommer de økonomiske overvejelser ind på førstepladsen. Dernæst – og stadig vigtigere – kommer spørgsmålet om ressourcetilstand. Flere og flere spørger sig selv: »Hvorfor smide gode ting ud, der fungerer?« Og i samme ånd: »Hvorfor købe nyt til fuld pris, når man kan få gode sager brugt og til en brøkdel af nyprisen?« Hverdagstingene såsom børnetøj, legetøj, elektronik, møbler og modetøj er nogle af de mest populære salgsobjekter,« siger Simon Karsø, kommunikationschef hos Den Blå Avis.

»Følge ham er der også en anden grund til danskernes øgede fokus på at købe og sælge brugt. De små vejloppemarkeder og garagesalg er blevet det moderne forsamlingshus – et sted, hvor vi kan mødes og få en sludder med naboen over bordet med brugte ting og sager.

»Det er ikke for pengenes skyld, når eksempelvis EU-parlamentariker Morten Løkkegaard bruger en søndag formiddag på loppemarkedet bag Charlottenlund Station sammen med familien. Eller når min datter og jeg går forbi vores naboers vejloppemarked i Charlottenlund, hvor de udover brugte ting sælger kaffe og lidt hjemmebag. Det er det nære, det hyggelige, pendanten til det

vurderer forbrugerøkonom Ann Lehmann Erichsen.

»Danskerne bruger stadig penge, men de bruger dem anderledes end før krisen. Loppemarkeder, genbrugsbutikker og online-køb og -salg af brugte ting har i den grad fået en opblomstring. Der er i dag intet flovt i at købe brugt. Det er nærmest sund fornuft og det eneste rigtige at være prisbevidst. Vi oplever en klar forbrugerskifte på værdispild. Med krisen gik det op for mange, hvor hurtigt værdier kan forsvinde, og at man derfor skal passe godt på det, man har. Overskriften på forbruget i 2010 – og sandsynligvis også næste år – er: Noget billigt eller noget særligt.«

Ifølge Lehmann Erichsen er der også en anden grund til danskernes øgede fokus på at købe og sælge brugt. De små vejloppemarkeder og garagesalg er blevet det moderne forsamlingshus – et sted, hvor vi kan mødes og få en sludder med naboen over bordet med brugte ting og sager.

»Det er ikke for pengenes skyld, når eksempelvis EU-parlamentariker Morten Løkkegaard bruger en søndag formiddag på loppemarkedet bag Charlottenlund Station sammen med familien. Eller når min datter og jeg går forbi vores naboers vejloppemarked i Charlottenlund, hvor de udover brugte ting sælger kaffe og lidt hjemmebag. Det er det nære, det hyggelige, pendanten til det

globale og utrygge, som kan være svært at overskue – og så følelsen af selv at gøre noget, i stedet for bare at sidde med hænderne i skødet.«

SPØRGER MAN DANSKERNE, hvilket bl.a. Miljøstyrelsen og organisationen Hold Danmark Rent har gjort, er der også en markant lyst til at gøre noget ved problemerne med ressourcetilstand, henkastet affald og de alt for store affaldsmængder.

Otte ud af ti mener således, at vi »producerer for meget affald i Danmark« og kalder brug-smid-væk kulturen for »et negativt træk« ved Danmark. Næsten lige så mange (79 procent, red.) svarer, at de er villige til at ændre forbrugs- og adfærdsmønstre og nævner »den enkelte« som hovedansvarlig for at nedbringe affaldsmængderne, undgå madspild og udnytte ressourcerne bedre.

Men er det hele bare tom snak og politisk korrekt tale? Nej, mener eksperterne og lagtagterne. Der er en reel vilje til forandring hos langt de fleste. En vilje funderet i flere aktuelle forhold og megatrends i samfundet – såsom miljøbevidsthed, økonomisk ansvarlighed, nøjsomhed, social bevidsthed og personligt ansvar.

Fremtidsforskere taler ligefrem om en helt ny æra blandt de mest fremsynede og progressive (de såkaldte firstmovers, red.) »»

SVIN!

Er danskerne nogle forbrugs- og affaldssvin? Døm selv.

Af Christian Nørr

3.654 mio. ton

Så meget affald producerede danske husholdninger i 2008. Det svarer til, at hver dansker årligt efterlader sig 667 kilo affald. 81 procent af danskerne mener, at vi producerer alt for meget affald

8 UD AF 10

Så mange danskere synes, at problemet med henkastet affald er enten »stort« eller »meget stort«. 73 procent mener, at problemet er blevet værre de senere år

6 UD AF 10

Så mange af landets bilister har smidt affald ud af bilen. Kvinder gør det ofte i det skjulte, mens mænd er mere ligeglade med at blive opdaget. De mest brugte undskyldninger er: »Det generer ikke nogen« eller »det er nemt ...«



9 mio.

Så mange cigaretskodder anslås hver dag at blive smidt i det offentlige rum af danske rygere. Seks ud af ti rygere smider deres skod ved busstopsteder og på togstationer

15

-27 ÅR

De unge smider langt mere affald end de ældre. 57 procent svarer, at de godt kan finde på at smide affald fra sig. Kun knap hver femte af dem over 50 gør det samme

16 mia. kr.

Så meget anslår Landbrug & Fødevarer, at madspild årlig koster danskerne. En gennemsnitlig familie (2 voksne, 2 børn, red.) smider mad ud for cirka 10.000 kroner årlig.



Lars Hegner har i 13 år arbejdet på Gentofte Genbrugsplads. Fra nærmeste hold har han set, når det går op og ned for danskerne og deres forbrug.

Danskerne er europamestre i at smide ud. Giver det anledning til dårlig samvittighed og ændret livsstil? Eller trækker vi på skuldrene og gør, som vi plejer? Vi spurgte på genbrugspladsen i Gentofte. Af Christian Nørr Foto: Liselotte Sabroe

Mellem Elektronik og Småt brændbart



Per Rasmussen
50 år
Bor i Gentofte

Hvad skal du af med?

»Jeg er ved at rydde op i udhuset, så det er en blandet omgang. Der er en hel del af børnenes aflagte tøj, aviser, æsker, den slags. Det har det med at hobe sig op. Jeg kører cirka på genbrugspladsen en gang hvert halve år.«

Smider du mindre ud nu end for tre år siden?

»Jeg vil tro, at det er det samme. Vi forsøger at afhænde det meste af det, der er tilovers til andre, der kan bruge det. Eksempelvis børnenes gamle tøj. Vi sætter det ikke til salg i Den Blå Avis eller andre steder. Det er for meget besvær for for lidt.«

Danskerne er europamestre i at smide ud, overrasker det dig?

»Ja, det gør det egentlig. Men det er vel et udtryk for, at vi er et rigt land, og vi ikke mener, det er besværet værd at genbruge det eller reparere det. Det er jo ofte både lettere og billigere at købe nyt. Jeg har flere gange været herude med noget, hvor jeg er kommet i tvivl, om ikke det alligevel kunne bruges eller gives væk til andre.«



Flemming Hansen
56 år
Bor i Hellerup

Hvad skal du af med?

»Et gammelt tv og nogle papkasser. Jeg er vel her forbi en gang om måneden med et eller andet, der er tilovers.«

Smider du mindre ud nu end for tre år siden?

»Det er det samme. Engang imellem skal der jo ryddes op. Det kan ikke undgås, at der af og til ryger nogle sager ud, som intet fejler. Det har jeg ikke dårlig samvittighed over. Sådan er livet.«

Danskerne er europamestre i at smide ud, overrasker det dig?

»Det er noget svineri. Men vi er jo alle nogle forbrugersvin. Det er et udtryk for, at vi lever godt i Danmark og har gjort det i mange, mange år. Størstedelen af unge mennesker har aldrig oplevet andet end velstand og fremgang, men jeg er fra en tid, hvor jeg kan huske de små kår, hvor alt blev brugt og genbrugt. Sådan er det ikke i dag. Men tingene hænger sammen: Hvis ikke der bliver smidt noget ud, så producerer vi heller ikke noget. Så går samfundet i stå. Det er der heller ingen, der ønsker.«

chr@berlingske.dk

En trend, der har fået navnet »opbrug«, som er en videreudvikling af genbrugstanken og bygger på et stærkt ønske om ikke bare at genbruge tingene men bruge dem helt op.

»Danskene har længe været storforbrugere og hyldet snart sagt enhver form for forbrug i vores samfund. Men der er en modreaktion i gang blandt de mest fremsynede. Folk er trætte af frådseriet og det bevidstløse indkøbsræs. Det er en reaktion mod mange års køb-smid-ud, overproduktion og belastning af miljøet. Der er en bevægelse mod noget større – eller rettere noget mindre – nemlig at man nøjes, bruger mindre, bruger op, bruger i længere tid, bytter og køber i fællesskab. Vi kalder det en opbrug-trend, hvor stadig større grupper i samfundet vil dyrke nøjsomheden som en værdi og daglig rettesnor,« siger Kirsten Poulsen, trendanalytiker og indehaver af firmaet Firstmove.

NÅR DET KOMMER TIL et andet brug-smid-væk fænomen, nemlig madspild, er der imidlertid ikke meget »opbrug« over det. De seneste beregninger viser, at hver dansker årlig smider 63 kilo fødevarer ud. Det svarer til, at næsten 20 procent af al den mad, vi køber, en-

»Danmark er et slaraffenland. Her er alt i rigelige mængder. Da jeg var 14 år, var jeg i praktik hos en bager i et varehus. Her blev jeg første gang konfronteret med det enorme ressourcspild, da vi blev beordret til at smide alt det ud, som vi ikke solgte.

SELINA JUUL, INITIATIVTAGER TIL FORBRUGERBEVÆGELSEN »STOP SPILD AF MAD«

der i skraldespanden. De høje spildtal har fået mere end 6.800 almindelige mennesker og en lang række prominente politikere og kendte til at tilmelde sig initiativet Stopspildafmad.dk, der kæmper for at nedbringe danskernes

madspild. Senest er Miljøministeriet gået ind i sagen og har lavet en større kampagne for dels at undgå madspild, dels at oplyse den enkelte om, hvad man selv kan gøre på daglig basis.

»Madspild er en af de største miljømæssige og moralske problemstillinger i verden. Og Danmark ligger i toppen, når det kommer til at smide fødevarer ud. Det kunne jeg ikke sidde passivt og se på, derfor startede jeg forbrugerbevægelsen »Stop Spild Af Mad«, som på få uger har fået enorm opbakning og støtte,« forklarer Selina Juul, initiativtager og stifter af forbrugerbevægelsen.

»Danmark er et slaraffenland. Her er alt i rigelige mængder. Da jeg var 14 år, var jeg i praktik hos en bager i et varehus. Her blev jeg første gang konfronteret med det enorme ressourcspild, da vi blev beordret til at smide alt det ud, som vi ikke solgte. Det stred dybt imod mine principper allerede dengang. Jeg ønsker ikke at moralisere eller komme med løftede pegefingre over for danskerne, men med dette initiativ er det vores håb, at vi får flere til at indse, at problemerne med affald og ressourcspild er noget, vi alle har et ansvar for og kan gøre noget ved – uafhængigt af politikere, detailhandelen, producenterne

eller konjunkturerne i samfundet,« siger Selina Juul, der ud over kampagnen med Miljøministeriet er aktiv på en lang række andre platforme – bl.a. ved at udbrede kendskabet til doggybags i restaurationsbranchen, få butikkerne til at sælge mindre portioner i stedet for at give mængderabatter, udgive en »Restekogebog« sammen med en stribe topkokke og Gyldendal samt overbevise EU-politikere og hjemlige politikere om, at de skal bekæmpe madspild.

Interesseorganisationen Hold Danmark Rent arbejder intenst med at holdningsbæbejde danskerne og lobbye for et rent Danmark. For dem er det ikke mængden, der er i centrum, det er derimod, hvordan danskerne skiller sig af med deres affald, siger Anne Holm Hansen, direktør for Hold Danmark Rent.

»Affald er ikke bare affald. Affald smidt i et område er symbol på noget større og mere grundlæggende, såsom utryghed, manglende glæde, despekt og mistrivsel. Det viser befolkningsundersøgelser fra bl.a. England, og tendensen er den samme herhjemme. I Danmark er vi generelt meget autonome, når

det kommer til affald. Ingen skal fortælle os, hvad vi skal og ikke skal. Feks. anslås det, at danskerne daglig smider ni mio. cigaretskodder fra sig udendørs. Ligesom en isvind eller et æbleskrog ikke rigtig tæller som affald i manges øjne. De færreste ved, at det tager op mod ti år at nedbryde en isvind, fordi den er behandlet med paraffin.«

PÅ GENBRUGSPLADSEN I Gentofte er Lars Hegner i færd med at gå en af sine daglige rundture. Han er ikke opsynsmand, pointerer han igen og igen, han er til for at hjælpe og vejlede de mange, der hver dag kommer for at læsse af.

»Der er tre grupper her på pladsen. De, der sorterer alt minutst. Hvor selv foliet er hevet af vinflasken, og kapslerne er sorteret og samlet i en lille pose. Så er der dem, der kommer med det hele i store affaldssække og dumper det i »Småt brændbart.« Og så er der midtergruppen, der forsøger at sortere efter bedste evne. Dem er der flest af. Jeg tror aldrig, vi kommer til at kede os her. Danskerne elsker at smide ud.«

chr@berlingske.dk



63 kilo
Så meget mad anslår Landbrug & Fødevarer, at hver dansker i gennemsnit smider ud årligt. Op imod 20 procent af det mad, vi køber, ryger i skraldespanden. De private danske husholdninger står for langt det største spild

1/3
Så mange af landets villaejere svarer, at der bliver holdt loppemarked i deres nærområde. De tre vigtigste grunde til at afholde loppemarked er: 1) at undgå at smide gode sager ud, 2) en måde at se venner, familie og naboer på, 3) en anledning til at rydde op.

2.500
Så mange loppemarkeder regner Danmarks største portal for loppemarkeder, Markeds-kalenderen, at der i år bliver anmeldt på deres site. Der er sket en årlig fordobling hvert år de seneste tre år



4,4 mio.

Så mange privatannoncer har Den Blå Avis fået i år (tal over årets første 42 uger, red.) Det er en 100 procent stigning i forhold til 2008 og en 50 procent stigning i forhold til 2009

494.000

Så mange har indrykket annoncer i kategorien »Tøj og tilbehør« på DBA (Den Blå Avis). Almindelige forbrugsting er generelt i høj kurs. Antallet af annoncer for børnetøj er eksempelvis steget med 92 procent i forhold til 2009

Kilde: Miljøministeriet, Miljøstyrelsen, Organisation Hold Danmark Rent, Forbrugerbevægelsen »Stopspildafmad.dk«, Landbrug & Fødevarer, Norda, DBA, Idenyt, Markedskalenderen, Berlingske Research

Lukkeregler

LUKKEDAGE

kunne Berlingske Tidende i artiklen «Lukkeregler» præsentere en endnu ikke offentliggjort analyse af analysevirksomheden Corcom. 100 procent af alle chefer i 70 kommuner og i SFOer, klubber og daginstitutioner

gik viste undersøgelsen, at det bliver dyrt at få passet deres børn i landets SFOer

styrke
e Ask
le og
t for-
s ret-
ng.
k ved,
et de-
r i et
tro-

lig svært at finde alternative pasningsmuligheder som f.eks. bedsteforældre og naboer.

Derfor er vi nødt til at stille et pasningstilbud til rådighed for forældrene,« siger hun og bakkes op af BUPL-formand Henning Petersen.

Formanden for børne- og

kulturdvalget i Kommunernes Landsforening (KL), Jane Findah (SF) forstår ikke ministeriets forvirring. For hende er reglerne klare:

»Som jeg opfatter reglerne, har kommunerne ikke pligt til at tilbyde alternativ pasning, når SFOerne holder lukket. Men min opfattelse er, at i de fleste tilfælde vælger kommunerne at tilbyde alternativ pasning,« siger hun.

Tina Nedergaard vil ikke udtale sig i sagen, men gjorde det klart i det omtalte samråd, at »der i dag er noget uklarhed på området, og at »problemstillingen vil blive taget op i en embedsmandsgruppe«.

ienm@berlingske.dk
kafr@berlingske.dk

Søstre Nanna og Freya fra Odense er to af de børn, der er heldige at gå i en SFO, som ikke har lukkedage.
Foto: Henrik Frydkjær



Danskerne er genbrugsjægere

Mådehold og økonomisk snusfornuft præger i den grad vores forbrug, men eksperterne er uenige om, hvorvidt det er en forbigående trend eller udtryk for en helt ny måde at leve på.

Af Christian Nørr

Finanskrisen, der ramte med fuld styrke for to år siden, har fundamentalt ændret vores forbrugsvaner. »Brug-og-smid-væk« kulturen er under pres, til gengæld er Danmark ved at udvikle sig til en nation af krejlere, genbrugsjægere og loppemarkedentusiaster.

Over hele landet skyder loppemarkeder og garage-salg op i hidtil uset tempo. En tredjedel af alle villaejere siger i en undersøgelse, som Idenyt står bag, at der jævnligt er loppemarkeder i deres nærområde. Fire ud af ti angiver, at den primære grund til, at de køber eller sælger på et loppemarked, er, at de ikke længere vil smide gode ting ud.

Markedskalenderen, Danmarks største online annonceringssted for loppemarkeder, har oplevet en fordobling i antallet af udbudte markeder hvert år de seneste tre år, og hos de store salgskanaler på nettet, såsom Den Blå Avis, Trendsale og GulogGratis, er annoncemængden i nogle tilfælde steget med 100 procent i forhold til året før.

Markante ændringer

Forbrugerøkonom i Nordea, Ann Lehmann Erichsen, kalder ændringerne fra før krisen og til i dag for »gennemgribende«. Selv om mange danskere har flere penge til privatforbrug nu end i de »gyldne dage«, hvor alting gik op, har krisebevidstheden og snusfornuften for alvor fået tag i os.

»Vi hober penge op på opsparingskontoer som aldrig før. Vi har opdaget, at mange værdier som friværdis, aktiegevinster, løn og pensioner er flygtige og hurtigt kan forsvinde igen.«

Ændringerne i vores forbrugsvaner kan også aflæses et helt andet sted, nemlig på genbrugs- og lossepladserne. Selv om Danmark stadig er europamestre i at smide ud, og hver dansker i gennemsnit smider 667 kilo husholdningsaffald ud årligt, er affaldsmængderne stagneret – eller endda faldet – de senere år.

Men vil det ikke kun vare indtil næste opsving? Indtil den værste utryghed er drevet over?

Ikke nødvendigvis, siger livsstilseksperter Henrik Byager. Han vurderer, at de seneste års forandringer i forbrugsvanerne stikker dybere end først antaget:

»Jeg tror ikke, at vi uden videre vender tilbage til den bevidstløse forbrug-smid-væk kultur. Mådehold og snusfornuft er blevet to nye, stærke guidelines for mange mennesker. Pengene sidder ikke nær så løst som tidligere.«

Stadig forbrugersvin

Eva Steensig, sociolog og direktør for konsulentfirmaet Lighthouse, der rådgiver virksomheder om forbrugeradfærd, er trods tegnene i tiden langt fra overbevist om det store nybrud i danskeres forbrugsvaner.

»Vi er stadig nogle forbrugersvin, der elsker at forbruge og ikke venter med at købe nyt, til det gamle er brugt op. Krisen har givet mange en økonomisk forskrækkelse, men det, der for alvor har ændret sig, er, at vi nu taler meget om mådehold og fornuft. Om vi så reelt efterlever det er en anden sag.«

chr@berlingske.dk

LÆS MAGASIN LØRDAG, SIDE 6-9