

kan ikke støtte forslaget. Vi mener ikke, at der er skabt så store problemer, at man nu må fremsætte sådan et lovforslag, som regeringen tilsyneladende har flertal for, men som ikke får Dansk Folkepartis støtte.

Naturligvis burde langt mere tillades inden for reklamer i al almindelighed, f.eks. vedrørende privathospitaler. Det er jo fuldstændig tåbeligt, at man ikke tillader, at de alternativer, der er til den dårlige offentlige service, får mulighed for at fortælle borgerne det. Det synes jeg ikke man kan være bekendt. Det er naturligvis også fuldstændig tåbeligt, at optikere nu bliver begrænset i forhold til den måde, de hidtil har annonceret på. Jeg synes, det er et meget restriktivt forslag. Man kunne sige, at det er ét skridt frem og mindst to tilbage.

Mig bekendt har der været nogle tilsyneladende uheldige eksempler med nogle plastikkirurger, der har haft kløerne i nogle uheldige patienter – jeg ved ikke, om det er direkte omfattet af det her forslag, det er ikke beskrevet på nogen måde – men der er jo andre midler til at komme den slags til livs på. Det har dagspressen jo taget sig af.

Lovforslaget er som sagt efter Dansk Folkepartis mening langt mere restriktivt, end det bør være, og vi har naturligvis slet ingen mulighed for at støtte sådan et lovforslag og vedtage det med de begrænsninger, det trods alt giver.

Sundhedsministeren (Birte Weiss):

Jeg vil godt takke det flertal af ordførere, som støtter lovforslaget.

Så er der flere, der har været inde på, at lovforslaget skulle være unødvendigt, og at det nærmest skulle være udtryk for en eller anden form for speciel betonagtig drilagtighed fra regeringens side. Det var ikke de ord, der blev brugt, men det var vel egentlig den måde, man kan tolke det på.

Det er jo ikke rigtigt. Det er jo ikke noget, regeringen som sådan har fundet på. Der ligger et meget grundigt betækningsarbejde bag dette lovforslag, og det er mundet ud i den betænkning, der hedder »Regulering af reklamer for sundhedsydelse«. Det vil sige, at en lang række af de mennesker, der befinder sig i branchen – eller i brancherne, skal jeg måske snarere sige – som er en del af det samlede sundhedsvæsen, selv har ment, at der er behov for en opstramning af regelsættet. Det er dem selv, der har ment, at der er behov for, lad mig bare kalde det sådan: en hjælp til selvhjælp til den form for

selvjustits, som selvfølgelig også er en meget vigtig del af det samlede mønster.

Der er jo ingen grund til at gøre det her mere kompliceret, end det er. Det er simpelt hen ud fra et ønske om, at der skal være saglighed, fairness og gennemskuelig på dette her område, og det er faktisk det, som lovforslaget handler om. Det drejer sig om at skabe nogle lige konkurrencevilkår for alle de aktører, der nu engang findes på det her område. Man kan sige det på den måde, at lovforslaget tilgodeser borgernes behov for nærmere oplysninger, uden at hensynet til borgernes beskyttelse bliver tilside-sat.

Dertil kommer, at lovforslaget skal ses i sammenhæng med, at der også på den øvrige del af sundhedsområdet er indført reklameringsregler, som varetager hensynet til borgerne. Reglerne om reklamer efter lægemiddelloven og levnedsmiddelloven er inden for de seneste år ændret og tilpasset udviklingen, og det er der så også tale om på dette felt.

Mange vil sikkert sige: Ja, det var da egentlig også på høje tid, for hvorfor skal der dog ikke være en sammenhæng i den måde, vi agerer på? Al reklamering på sundhedsområdet, både for produkter som f.eks. lægemidler og kosttilskud og for ydelser som sygdomsbehandling og anden sundhedspleje vil herefter være reguleret i en tidssvarende lovgivning.

Og hvad betyder det her så i praksis? Ja, det betyder, at lægen, materialisten, healeren og hvem man ellers kunne finde på at nævne, herefter skal forholde sig til tre overskuelige regelsæt, som har det fælles træk, at de grundlæggende varetager borgernes interesser. Mere indviklet er det her ikke, og jeg tror, der vil være en vidtstrakt forståelse for, at det er rimeligt, at vi laver noget sådant.

Så blev jeg spurgt af hr. Køpke Christensen, om der er forskel på reklamer i tv og i andre medier, og til det spørgsmål vil jeg svare: Ja, det er der.

(Kort bemærkning).

Jan Køpke Christensen (FP):

Jeg vil gerne have at vide af ministeren, om ministeren mener, at man har nemmere ved at foregøgle befolkningen noget, når det foregår på en tv-skærm, frem for i de øvrige medier.

Ud fra den betragtning, at man jo på forhånd har fortalt dem, der udfører sundhedsydelse, hvad de må oplyse om, så man på forhånd ved, hvilke begrænsninger der er med hensyn til