

relse af spørgsmålet, der vedrører de 7 landes lovgivninger, vil derfor næppe kunne forventes før om 2-3 måneder.

Spm. nr. S 268

Til kulturministeren (30/10 2000) af:

Peter Duetoft (CD):

»Kan ministeren bekræfte, at der er tale om en overtrædelse af reklameforbudet for Danmarks Radios radiovirksomhed, når studieværtinden i P3 programmet »Go' morgen P3« i mandags meddelte lytterne, at man hver morgen resten af ugen på nogenlunde samme tidspunkt vil spille et nyt nummer fra det kommende album med rockgruppen U2 samtidig med, at man gør opmærksom på titlen og udgivelsesdatoen, og den 27. oktober 2000 endda lader lytterne forstå, at man kun »skal sove« tre nætter, inden albummet »kommer på gaden«, og hvad agter ministeren at gøre for at sikre, at loven bliver overholdt?«

Begrundelse

Der må ikke indgå reklamer i Danmarks Radios programvirksomhed. Ved informationsformidlingen skal der lægges vægt på saglighed og upartiskhed. Spørgeren finder ikke, at der er tale om saglighed eller upartiskhed, når studieværtinden omtaler et album, som tilfældet har været det med U2s kommende udgivelse, idet sagligheden ville have fundet udtryk i en »anmeldelse« og ikke en anprisning. Det samme gælder for kravet om upartiskhed, idet studieværtinden tydeligt lader lytteren forstå, at man ikke må gå glip af dette album – underforstået, at man bør købe det på mandag, når det udkommer i Danmark.

Svar (7/11 2000)

Kulturministeren (Elsebeth Gerner Nielsen):

I henhold til radio- og fjernsynslovens § 10, stk. 1, er det DR's bestyrelse, som har det overordnede ansvar for, at de bestemmelser for institutionens virksomhed, der er fastsat i loven, overholdes.

Til brug for besvarelsen af det stillede spørgsmål har jeg anmodet DR om en udtalelse. DR har i brev af 2. november 2000 oplyst følgende:

»Målgruppen for P3 er unge lyttere. Programmet »Go Morgen« er et aktuelt morgenprogram, hvor musiknyheder er væsentlige begivenheder på linie med alle andre nyheder, der behandles i programmet.

Når U2 kommer med en ny plade, betragter DR det som et indholdsmæssigt »scoop« at være den eneste radiostation, der kan præsentere musikken fra CD'en, før den udkommer.

Det er samtidig DR's holdning, at hvis man spiller ny musik uden at fortælle lytterne, hvornår man kan købe CD'en, ville det svare til at anmelde en ny bog uden at fortælle, hvornår den udkommer.

Præsentationen af U2'nye udgivelser er således ikke en reklame, men en aktivitet på linie med orientering om andre nyudgivelser på det kulturelle område, som for eksempel litteraturprogrammet »Alfabet« og »Bestseller« eller filmprogrammet »Bogart«. I de nævnte udsendelser udvælges konkrete digtsamlinger, bogudgivelser og film, som anmeldes og hvor der også orienteres om udgivelsesdatoer. DR betragter dette som en vigtig del af det samlede kulturudbud og som en service overfor lytterne og seerne.«

Spm. nr. S 235

Til sundhedsministeren (26/10 2000) af:

Tove Fergo (V):

»Vil ministeren redegøre for prioriteringen mellem henholdsvis hensynet til en hurtigere introduktion af kopipræparater og hensynet til at give den danske forskningsbaserede lægemiddelindustri de samme regler for beskyttelse af dokumentationsmateriale, som udenlandske konkurrerende virksomheder har på deres hjemmemarkeder, og hvilken betydning mener ministeren EU-domstolens kendelse af den 3. december 1998 (C-368/96 (Generics)) vil få for videreudvikling af kendte lægemiddelstoffer?«

Begrundelse

Med baggrund i den voldsomme stigning i myndighedernes krav til dokumentation ved re-