

Kristeligt Folkeparti vil under udvalgsarbejdet stille nogle spørgsmål, så vi kan få afklaret, om dilemmaerne skal få os til at trykke på den røde knap, eller om vi kan trykke på den grønne knap.

**Indenrigs- og sundhedsministeren (Lars Løkke Rasmussen):**

Jeg vil gerne takke ordførerne for de to regeringspartier, Dansk Folkeparti og Kristeligt Folkeparti, som har tilkendegivet en grundlæggende støtte til tankerne bag forslaget her, og rette en tak til Tingets øvrige ordførere for at have skabt en livlig debat her over den sidste times tid.

Jeg bilder mig egentlig ikke ind, at jeg vil være i stand til at bibringe debatten yderligere vinkler eller yderligere nuancer, for meget er blevet sagt – også meget, der i min optik er unødigt bekymrende. Jeg bilder mig heller ikke ind, at jeg, uanset hvor længe jeg nu måtte vælge at tale her, vil være i stand til at overbevise det meget artikulerende mindretal om, at man nok alligevel skal bakke op om forslaget her. Jeg vil bare sige nogle få ting i relation til det, der har været fremme.

Der har været rejst nogle spørgsmål omkring ressourcer, som gik på, at der mangler ressourcer i Sundhedsstyrelsen, og hvor ressourcerne skal komme fra. Til det må jeg vel sige et par ting:

For det første er det jo ikke nogen ny opgave for Sundhedsstyrelsen at føre en vis form for tilsyn med, at de reklameregler, der er på området her, efterlevs. Det er jo ikke sådan, at der ikke er regler i dag. Indtil vi vedtager et nyt sæt regler, er der regler. Der er enormt rigide regler, som jo også udløser et betydeligt antal henvendelser til Sundhedsstyrelsen, som alle skal underkastes realitetsbehandling.

Nu vil vi med det lovforslag, hvis Folketinget vedtager det, skabe et regelsæt, som er videre i sin ramme, og nogle krav til Sundhedsstyrelsens sagsbehandling, som er fuldstændig parallelt med det, vi kender fra Forbrugerombudsmanden, hvor Forbrugerombudsmanden har en mulighed for selektivt at gå ind og tage de sager, som er principielle ud fra en forbrugerpolitisk indfaldsvinkel.

Der ligger ikke noget i ordet forbruger her. Man kunne jo godt lave »søg og erstat« og så skrive medborger eller borger eller potentiel patient, for patient er man vel først, når man er kommet inden for døren og er sat i behandling.

Kl. 19.10

Der er altså ikke tale om nye opgaver. Der er tale om opgaver, der eksisterer i forvejen, men der er tale om nogle ændrede vilkår for den opgaveudøvelse i Sundhedsstyrelsen, som giver Sundhedsstyrelsen mulighed for mere selektivt og mere målrettet at sætte ressourcerne ind dér, hvor det klodser, hvis man kan udtrykke det på den måde. Derfor ser jeg med fortrøstning frem til, at det er en opgave, Sundhedsstyrelsen kan løfte.

Så har jeg også fornemmet af flere af de indlæg, der har været, at ikke alle bestemmelser nødvendigvis er blevet læst lige minutiøst igenem, for man får jo indtrykket af, at det foregår frit i rummet svævende. Men sandheden er jo, og det fremgår af § 4, stk. 5, at Sundhedsstyrelsen kan fastsætte nærmere regler for markedsføring, eller man kunne sige, at Sundhedsstyrelsen kan fastsætte et kodeks for den markedsføring, der kan finde sted efter lovens bestemmelser. Læser man bemærkningerne, vil man se, at Sundhedsstyrelsen skal udarbejde sådanne regler eller et sådant kodeks senest samtidig med lovens ikrafttrædelse, altså den 1. september, og dermed bliver der altså også et grundlag, på hvilket man som sundhedsperson, der ønsker at gøre brug af mulighederne, skal holde sig. Det er i øvrigt tilkendegivet, at det kodeks vil blive formuleret med en stramhedsgrad, som er strammere end den, vi almindeligvis kender på det øvrige område.

Jeg er altså, og det kan selvfølgelig ikke overraske, meget fortrøstningsfuld, og jeg tror, man gør sig en række helt unødige bekymringer. Men vi vil jo få syn for sagn, idet jeg forudsiger, at det flertal, der har manifesteret sig her i dag, vil bestå hele vejen igennem, idet det jo indgår som en del af lovforslaget, at der skal ske en systematisk opsamling og evaluering i 2006.

Det, der driver forslaget, er jo ønsket om, at borgeren skal have mulighed for at hente informationer, som er relevante og kan kommunikeres på en for borgerne relevant måde. Her har vi i den eksisterende lovgivning en stramhedsgrad, som gør, at det ikke kan finde sted, og vi har i virkeligheden også en potentiel ulige informationsspredning. Man kan jo diskutere grænsen mellem information og reklame, og hvis man har den rigtige uddannelsesmæssige baggrund, kan man sikkert også omsætte den i nogle flotte formler og bruge den korrekte terminologi. Det kan jeg ikke, men jeg ved bare, at udviklingen over de senere år er gået i retning af, at