

vet, at man ved anvendelsen af en sådan kunne fjerne årsagerne til hovedpine, nedsætte antallet af sygedage m.v.

Såfremt reklameringen for sådanne forebyggende midler indskrænker sig til at nævne sådanne umiddelbare følger, som forbrugeren selv kan bedømme, bør der efter ministeriets opfattelse ikke skrives ind. Dette gælder eksempelvis reklamer for høreværn, der indskrænker sig til at udtale, at man bør anvende sådanne midler for at undgå høreskader, eller reklamer for sikkerhedsseler og styrthjælme, der anbefaler brugen af sådanne midler for at undgå trafikskader. Reklame for indendørsklimaanlæg vil også kunne accepteres, for så vidt de begrænser sig til at anbefale de nævnte anlæg for at opnå et godt, sundt og behageligt indendørsklima.

Indenrigsministeriet har endvidere tilkendegivet, at i tilfælde, hvor det forekommer samfundsmæssigt nyttigt at reklamere for anvendelsen af en vare, der er direkte sygdomsforebyggende, f.eks. anvendelse af kondomer til beskyttelse mod køns sygdomme, vil dispensation kunne påregnes.

Indenrigsministeriet finder derimod, at det formentlig kun forholdsvis sjældent vil være påkrævet at dispensere fra forbudet i lovforslagets § 29 mod at reklamere for lægemidler ved hjælp af visse medier eller i visse lokaliteter. En undtagelse herfra kunne dog forekomme i tilfælde af epidemi eller andre særlige situationer.

Spørgsmål 6:

Vedrørende ministerens ændringsforslag nr. 8.

Bør forbudet mod at reklamere med andet end godkendte indikationsområder efter ministerens opfattelse også omfatte lægebegesøgers mundtlige omtale af nye indikationsområder, herunder disses mundtlige henvisninger til videnskabelige tidsskrifter og lignende.

Svar:

Den reklameregulering, som indeholdes i ændringsforslaget om at indsætte en ny bestemmelse som § 32, stk. 3, i lovforslaget, omfatter principielt, ligesom hele § 32, al reklame over for de i § 32, stk. 1, nævnte faggrupper, herunder lægebegesøgenes reklamevirksomhed. En tilbunds gående kontrol med lægebegesøgenes virksomhed lader sig imid-

lertid næppe gennemføre i praksis, og de særlige krav i § 32, stk. 2 og 3 (såvel det nye som det gamle stk. 3, nu stk. 4), er derfor i første række formuleret med henblik på skriftlig reklame.

Spørgsmål 7:

Hvorledes må reklame i forbindelse med internationale sportsbegivenheder, der tv-transmitteres, bedømmes i relation til kapitel 6.

Svar:

Udgangspunktet må være, at en dansk lægemiddellov gælder inden for landets grænser, og at fænomener uden for landets grænser kun er omfattet af loven i det omfang, disse fænomener har virkning eller følger her i landet. Foranstalter en person eller et selskab, der efter reglerne i straffelovens kapitel 2 kan retsforfølges her i landet, en reklamer i udlandet, der ville have været i strid med kapitel 6 i forslaget, såfremt den var foregået i Danmark, i den hensigt, at reklamen via en tv-transmission til Danmark skal virke som en reklame for den pågældende vare her i landet, eller med kendskab til eller i det mindste en nogenlunde sikker formodning herom, må foranstaltningen kunne rammes efter kapitel 6.

Afgørelsen må træffes efter en vurdering af de konkrete foreliggende omstændigheder og vil især angå følgende to problemer:

1. Er det, der er foregået inden for landets grænser (d.v.s. tv-fremvisningen af et på et udenlandsk stadion opsat reklameskilt), i sig selv objektivt set en reklame i lovens forstand?
 2. Har gerningsmanden den fornødne skyld (fortsæt, grov eller simpel uagtsomhed)?
- Afgørelsen af begge disse problemer er i sidste instans et domstolsanliggende.

Spørgsmål 8:

Ad kapitel 6 (om reklame for lægemidler m. v.) spørges om omgåelsestilfælde, eksempelvis salg af bøger til meget billig pris, vil kunne rammes.

Svar:

Omgåelse af reklamereglerne kan især tænkes forsøgt ved en camouflering af en reklame som noget andet end reklame. Lovforslaget indeholder ingen definition af dette begreb, og afgørelsen af, om en given