

adgang for alle personalegrupper på sundhedsområdet.

Regeringen stiler imod, at der nedsættes et udvalg, som skal gennemgå reklamereglerne på sundhedsområdet.

Derfor skal mit råd være, at også lægernes reklameadgang gøres til genstand for behandling i det særlige udvalg, så vi på den måde får alle problemstillingerne grundigt belyst. Det kunne jo godt være hensigtsmæssigt med rimeligt ensartede regler.

Jeg kan på Venstres vegne give tilsagn om et konstruktivt arbejde i udvalget, hvor vi vil stille de nødvendige spørgsmål med henblik på en ordentlig belysning af problemstillingen.

Agnete Laustsen (KF):

Reklamebudskaber spiller for better or for worse en stigende rolle i dagliglivets mønster. De lokker os, de lover os, de oplyser os, og de udfordrer os til selv at tage stilling til, om de mange anprisninger – det være sig fra bleer til vaskepulver, fra hundemad til pizzaer – nu også kan stå for en nærmere prøvelse.

Men fælles for de fleste reklamer er det dog, at vi selv skal betale for de opreklamerede varer, ligesom det i øvrigt også står os frit for at vælge i et stort sortiment. Det er altså liberalismens og den fri konkurrences klare bud. Men da en handelssituation som bekendt består af to parter, sælger og køber, så har vi her i Danmark også på dette område regler, der beskytter den præsumptivt svagere part, nemlig forbrugeren.

Vi har som loven over alle på dette område markedsføringsloven, og en række erhverv har derudover en række særregler, der under hensyn til de specielle forhold, som hersker på deres arbejdsområder, regulerer reklamemulighederne.

Sundhedsområdet er jo i denne relation lidt specielt, ikke mindst fordi det offentlige i stor udstrækning refunderer eller betaler for de ydelser, vi køber. Det er altså ikke blot et almindeligt supermarked, vi beskæftiger os med.

Vi ser fra konservativ side gerne en fri og fair konkurrence også på sundhedsområdet, og vi ser derfor også gerne, at de spilleregler, som skal vedtages, i videst muligt omfang er fælles for denne sektor. Når dette lovforslag, som kun gælder læger, og som – det er allerede sagt – er forårsaget af Konkurrencerådets afvisning af de kollegiale regler på området, foreslås vedtaget til ikrafttræden 1. juli 1995, samtidig med at ministeren i bemærkningerne skriver, at der

»snarest« nedsættes et udvalg, der samlet skal gennemgå reklamereglerne på sundhedsområdet, så vil jeg gerne spørge, om ikke vi kunne vente med dette konkrete forslag, til vi så det hele i en samlet helhed. Vi har jo allerede en regel i lægeloven, der regulerer reklamerne. Kan vi ikke leve med den, indtil vi får et samlet nyt, gerne mere liberalt regelsæt for hele sektoren? Vi er åbne for diskussion, men vi ser altså gerne lidt større linjer end denne lappeløsning for bare én del af sundhedssektoren.

Anni Svanholt (SF):

Formålet med lovforslaget er jo, at der nu direkte i lægeloven foretages en tættere regulering af lægers adgang til at reklamere for deres virksomhed, end der er i de nugældende bestemmelser. Det vil sige, at lægerne herefter udelukkende må annoncere med navn, stilling, adresse og træffetid, og hvilke former for specialanerkendelse de har. Vi mener, at det er vigtigt på baggrund af den afgørelse, der er truffet i Konkurrencerådet, at man nu går ind og laver den her konkrete regulering. Derudover støtter vi i øvrigt, at der nedsættes et udvalg, sådan at man prøver at gennemgå alle de reklameregler, der findes inden for sundhedsområdet.

I SF ønsker vi ikke, at der skal komme mere reklame ind i sundhedsvæsenet. Der er jo her tale om, at det er det offentlige, der betaler, og reklamevirksomhed, som kunne medføre, at der vil komme øgede udgifter på området, ønsker vi ikke. Vi støtter forslaget.

Jan Køpke Christensen (FP):

Det kommer vel ikke bag på nogen, at det foreliggende forslag tager Fremskridtspartiet skarpt afstand fra.

Lovforslaget har som bekendt til formål at lave en tættere, som det er udtrykt, regulering af lægers reklameadgang efter lægeloven. Det er altså direkte affødt af, at Lægeforeningens kollegiale regler – således som nogle har været inde på – om annoncering og reklameadgang efter påbud fra Konkurrencerådet er ophævet med virkning fra 1. juli 1994.

Regeringen mener åbenbart, at denne regulering af reklameadgangen er nødvendig, fordi man frygter, at udgifterne vedrørende lægers sygebehandling, navnlig for så vidt angår de privatpraktiserende læger, der er uden for den offentlige sygesikring, unødigt vil blive forøget ganske betydeligt.