

der taler for partiet Venstre her, som har kunnet genkende noget af sit partis egen praksis, og det er da interessant, at man på den måde kan lære af sagerne.

Jeg forstod det også som en selverkendelse, der betyder, at fremover vil Venstre ikke fremsætte forslag, der har nogen som helst tendens i retning af en politisk markering, og jeg glæder mig til det voldsomme skifte i Venstres fremfærd, der hermed er lagt op til.

Til fru Henriette Kjær skal jeg bare sige omkring hul i loven: Jamen det er da et hul i loven, at der ikke er nogen, der har taget stilling til spørgsmålet. Det har aldrig været diskuteret. Der har ikke været taget stilling til, på hvilken måde privathospitaler må reklamere, og når det så viser sig, at man har lavet regler for sundhedsvæsenets reklameadgang, men at man ikke har taget stilling til en bestemt del, ganske vist en relativt lille del, så er der da et hul. Vi kan så have forskellig opfattelse af, hvad den stillingtagen måtte munde ud i, men det er da et hul i loven, at man ikke har forholdt sig til det.

Jeg vil godt spørge Venstre og De Konservative, når man nu mener, at der ikke sker noget ved at reklamere for sundhedsydelser, hvordan det så kan være, at man i forbindelse med en ændring af reklamebestemmelserne i TV 2, hvor man jo hele tiden lægger op til en yderligere liberalisering, nu ønsker, at man skal kunne reklamere for håndkøbsmedicin, men ikke for receptpligtig medicin? Hvad er den sundhedspolitiske begrundelse fra Venstres og De Konservatives side for at skelne her, når det drejer sig om reklameadgang i TV 2? Er det, fordi der trods alt et eller andet sted er en lille bitte smule erkendelse af, at det måske ikke er alle sundhedsydelser, inkl. receptpligtig medicin, som det er smart og godt at reklamere for i fjernsynet? Hvis det er udtryk for det og ikke bare sådan en salamtaktik, så det kommer næste gang, kunne det så ikke tænkes, at den lille erkendelse måske også skulle føre til, at man overvejede sit forhold til privathospitaler og deres reklameadgang en lille bitte smule?

Hr. Jan Køpke Christensen mener, at tv-reklamer øger forbrugernes beslutningsgrundlag. Jeg sad og tænkte på de daglige reklameindslag i TV 2 og TV 3 og på, hvordan mit beslutningsgrundlag blev voldsomt øget ved at se de reklamer, der bliver vist i øjeblikket. Jeg må indrømme, at jeg har meget svært ved at se, at jeg sådan på det saglige plan får øget mit beslutningsgrundlag ret meget. Men jeg kan

konstatere, at hr. Jan Køpke Christensen i hvert fald mener, at de reklamer for sæbepulvere osv., der bliver vist i øjeblikket, gør ham klogere, men det siger måske mere om hr. Jan Køpke Christensen end om reklamernes informationsværdi.

Endelig skal jeg til hr. Bruno Jerup sige, at jeg takker for støtten. Jeg er glad for, at vi på det her punkt har fodslag mellem SF og Enhedslisten, så opsummerende mener jeg, at debatten har været konstruktiv i den forstand, at der i hvert fald er et flertal, som ønsker ensartede regler, at der er et flertal, som ønsker, at der skal ske noget i den næste folketingssamling, og at der er et flertal, som står bag en etisk holdning til sundhedssektoren, der selvfølgelig sætter grænser for reklameadgangen.

(Kort bemærkning).

**Jan Køpke Christensen (FP):**

Bemærkningerne fra SF's ordfører om det saglige og usaglige må stå for SF's egen regning. Jeg er da godt klar over, at når SF skal vurdere andre partiers holdninger, så er det usagligt, når man ikke lige er enig med SF, og den holdning skal man da have lov til at have.

Men ikke desto mindre mener vi helt klart, at den vej, vi er ved at komme ind på med hensyn til reklamer – for den sags skyld også med lovforslag nr. L 114 fra regeringen om, at en virksomhed kun må reklamere med navn, stilling, adresse og træffetid – altså er, undskyld jeg siger det, fuldstændig forrykt.

Vi er ved at komme ud på en glidebane, og hvad det kan ende med, åbner faktisk uhyggelige perspektiver. Som det lille land, vi nu engang er – vi er med i det store EU osv., selv om jeg personligt godt ville have været det foruden – må vi erkende, at sådan er det, det har vælgerne ønsket, og vi kan altså ikke tro, at vi kan klare det hele ved at sige: Jamen de par små kanaler, vi har herhjemme, må altså holde sig væk fra alt det, der hedder reklame, for så ryger de reklamer ind ad bagvejen over udenlandske kanaler, radio osv. Så det er altså noget uhyggeligt noget, vi er på vej ud i.

Så vil jeg godt sige med hensyn til Adam Smith og alle de teorier – nu ved jeg godt, at SF har det dér med, at det meget er akademiker-vældet osv., man kører på – at jeg synes, man en gang imellem også bør bruge den sunde fornuft. Jeg tror, at det ville være en stor fordel for SF's folketingsmedlemmer, hvis man også tog det perspektiv med ind i billedet.