

det er en god idé eller en dårlig idé, at amter giver sig i kast med at udlægge centrale funktioner til privathospitaler. Jeg tror da, at man kunne være interesseret i fra amternes side at høre om, hvad ministeren vil gøre også for eventuelt at forebygge noget sådant.

Eller skal jeg forstå ministeren sådan, at ministeren vil læne sig tilbage og sige: Åh, vi tager diskussionen, når den tid eventuelt måtte opstå, og den er i øvrigt ret hypotetisk.

Forskningsministeren (Birte Weiss):

Jeg har vist allerede tilkendegivet, at jeg ikke synes, at det ville være nogen særlig ønskværdig situation, hvis der foregik klinisk undervisning på foretagender, der var konkurrerende, sådan at man undervejs i forløbet skulle til at ændre grundlæggende ved de aftaler, der er indgået.

Men når jeg ikke vil give det tilsagn, som hr. Søren Kolstrup efterlyser, er det ganske enkelt, fordi det her vil involvere en række forskellige ministre: Det vil involvere sundhedsministeren, det vil involvere undervisningsministeren, og jeg mener, at det burde være et tilstrækkeligt signal for hr. Søren Kolstrup, at jeg for så vidt angår den del af det, der ligger i mit ressort, i dag siger, at jeg mener, at det omgående ville udløse en aktion imellem de involverede ministre, sådan at vi måtte se på: Hvad er det for nogle principielle spørgsmål, det rejser? Hvad er det for nogle praktiske spørgsmål? Og det tilsagn har jeg givet her i dag.

Hermed sluttede spørgsmålet.

Spm. nr. S 1846

8) Til forskningsministeren af:

Søren Kolstrup (EL):

»Mener ministeren, at universiteter og forskningscentre bør påtage sig forskning, som involverer markedsføring af et givet produkt eller en given teknologi, og vil ministeren gribe ind over for en sådan adfærd?«

Skriftlig begrundelse

Forskningscenter Risø (afdeling for systemanalyse) og DLF-Trifolium samarbejder om et forskningsprojekt om Teknologisk Fremsyn, som dækker en række metoder og teknikker,

bl.a. Technology Radar, Delphi studier, scenarieteknikker og ekspertpaneler, og vil endvidere i den sammenhæng ved hjælp af scenariemetoden udvikle metoder, der kan understøtte strategiske og regulatoriske beslutninger m.h.t. kommercialisering af gensplejsede planter.

Søren Kolstrup (EL):

Vi ved, at vores sektorforskningsinstitutioner i Danmark – de bliver ofte betegnet som forskningscentre – har en lang række alsidige opgaver. Nogle af opgaverne vedrører rådgivning, andre opgaver vedrører direkte samarbejde med det private erhvervsliv.

Når jeg har stillet mit spørgsmål, er det på baggrund af en aktivitet, som Risø udfører, og hvor man kan sige, at de ikke blot går ind og foretager kommercielle aftaler med private institutioner, men direkte foretager en markedsføring. Og det er på den baggrund, at jeg finder det vigtigt at få drøftet, hvad en sektorforskningsinstitution er til for og ikke til for, idet jeg antager, at når vi har en offentlig institution, så skal den gøre en forskel i forhold til en privat institution. For hvorfor skulle vi ellers have den offentlige institution?

Forskningsministeren (Birte Weiss):

Spørgsmålet er jo generelt formuleret, men til gengæld er det begrundet – i den skriftlige form, det ligger i – i et konkret forskningsprojekt ved Risø. Jeg vil derfor begynde med at give nogle baggrundsoplysninger om selve projektet, og så vil jeg godt bagefter besvare spørgsmålet generelt.

Og det, jeg har gjort, er, at jeg har bedt Risø om en udtalelse, og fra Risø oplyser man, at der er tale om et metodeudviklingsprojekt om Teknologisk Fremsyn. Projektet er et teoretisk forskningsprojekt. Det har til formål at udvikle generelle metoder til prioriteringen af forskning og teknologi på vanskelige områder. Projektet har altså et meget bredt sigte.

Risø har af tekniske årsager valgt at bruge et konkret samarbejde med DLF-Trifolium som testcase i pilotprojektet. Projektet er således ikke en del af Risøs samarbejde med denne virksomhed. Projektet har derfor intet med markedsføring af virksomhedens nuværende eller fremtidige produkter eller teknologier at gøre.

Med hensyn til det generelle, om offentlige forskningsinstitutioners mulighed for at deltage i markedsføringen af bestemte produkter eller