

Bemærkninger til lovforslaget

Almindelige bemærkninger

1. Formålet med lovforslaget

Formålet med lovforslaget er at etablere et ensartet og sammenhængende regelsæt om reklamering for sundhedsmæssig virksomhed, der samtidig indebærer en afbalanceret udvidelse af reklameadgangen under hensyntagen til de særlige forhold, der karakteriserer udbud af sundhedsydelse.

Lovforslaget vedrører udelukkende adgangen til at reklamere for den virksomhed, som autoriserede og ikke-autoriserede sundhedspersoner har adgang til at udøve inden for deres område, d.v.s. den type ydelse i form af sygdomsbehandling og anden sundhedspleje, som de kan tilbyde, mens lovforslaget ikke omfatter reklamering for produkter, der kan anvendes som led i sundhedsmæssig virksomhed. Reklamering for kosttilskud, lægemidler, naturlægemidler og medicinsk udstyr er således omfattet af anden lovgivning.

Med lovforslaget sker i forhold til de gældende regler en vis udvidelse af reklameringsadgangen for en lang række sundhedsgrupper, herunder ikke-autoriserede sundhedspersoner, mens nogle få gruppers reklameringsadgang begrænses (bl.a. optikere, psykologer og private sygehuse). Samtidig kommer der med enkelte få undtagelser til at gælde helt ensartede regler for al reklamering, som udføres af eller på vegne af autoriserede eller ikke-autoriserede sundhedspersoner inden for sundhedsvæsenet.

Det er regeringens opfattelse, at patienterne med lovforslaget opnår adgang til en mere specifik og brugbar information om behandlingssteder og behandlingstilbud inden for sundhedsvæsenet end hidtil, idet reklamering for sundhedsydelse får en væsentlig større informationsmæssig værdi for patienterne, uden at informationen generelt set går videre, end at patienterne i almindelighed kan vurdere indholdet heraf.

I forlængelse af lovforslagets fastsættelse af et ensartet og sammenhængende regelsæt om reklamering for sundhedsydelse, sker der med lovforslaget samtidig en præcisering af, at det nye regelsæt også omfatter den såkaldte grænseoverskridende reklame-

d.v.s. reklamering i Danmark med henblik på udførelse af den pågældende virksomhed i udlandet.

2. Lovforslagets hovedindhold

Lovforslaget er udarbejdet på baggrund af betænkning nr. 1310: »Regulering af reklameadgangen for sundhedsydelse«. Betænkningen er afgivet i januar 1996 af et udvalg nedsat under Sundhedsministeriet. Betænkningen er i forbindelse med lovforslagets fremsættelse oversendt til Folketingets Sundhedsudvalg til brug for den videre behandling af lovforslaget.

Lovforslaget omhandler reklamering i bred forstand, mens de konkrete begrænsninger i § 3, stk. 2 og 3, kun vedrører annoncering. Forskellen mellem reklamering og annoncering drøftes i betænkningen. Her anføres, at reklamering omfatter alle markedsføringsforanstaltninger over for befolkningen, også standardiserede angivelser til enkelte personer, som selv har henvendt sig for yderligere oplysninger. Annoncering omfatter udelukkende uopfordrede angivelser over for befolkningen, f.eks. annoncer i aviser og blade, postomdelte brochurer (direct mail) eller andre markedsføringsforanstaltninger, som befolkningen uopfordret konfronteres med.

I denne sammenhæng udgør annoncering derfor en afgrænset del af, hvad der er omfattet af reklamering. Således omfatter lovforslagets bestemmelser om reklamering også annoncering, som begrebet er defineret ovenfor, mens de særlige begrænsninger i § 3, stk. 2 og 3, kun omfatter markedsføringsforanstaltninger, som offentligheden uopfordret konfronteres med, dvs. annoncering. Det følger heraf, at de særlige annonceringsbegrænsninger dermed ikke regulerer den reklamering, som efter ovennævnte definitioner ikke kan betragtes som annoncering.

Lovforslaget omfatter reklamering for sundhedsmæssig virksomhed, som udføres af eller på vegne af autoriserede eller ikke-autoriserede sundhedspersoner. I praksis vedrører reklameringen offentlige og private sygehuse samt private klinikker og private sundhedspersoner, jf. præciseringen heraf i § 1, stk. 1, 2. punktum. Heri er også præciseret, at alle disse institutioner m.v. følger fælles regler for reklame-