

## F. t. l. om reklamering for sundhedsydelse

gende lovgivning for de forskellige grupper af sundhedspersoner. I januar 1996 færdiggjorde udvalget betænkning nr. 1310 om regulering af reklameadgangen for sundhedsydelse. Betænkningen har i foråret 1996 været udsendt til høring hos en bred kreds af interessenter på området.

I betænkningen opstilles og drøftes 3 forskellige modeller for en fremtidig regulering af reklameadgangen for sundhedsydelse. Det foreliggende lovforslag bygger i meget vid udstrækning på den af de 3 modeller, som i betænkningen kaldes model 2: »Mellemløsningen«, som på side 127 – som bilag 2 – er opstillet i lovteknisk form.

Både i betænkningen og i høringssvarene er der en meget bred tilslutning til, at en kommende lovgivning på området udarbejdes med udgangspunkt i den ovennævnte model, og at der skal gælde en ensartet reklameadgang for alle sundhedsgrupper. Der synes således at være en generel opfattelse af, at modellen – særligt gennem sin standardbestemmelse om at reklameringen skal være saglig, nøgtern og fyldestgørende – kan sikre, at en udvidet reklamering sker på en sådan måde, at det tjener til reel vejledning for patienterne. Modellen tilfredsstiller dermed et udbredt ønske om, at reklamering for sundhedsydelse får en større informationsmæssig værdi for patienterne, uden at informationen generelt går videre, end at patienterne i almindelighed kan vurdere indholdet heraf.

## 4. Nærmere om lovforslaget

4.1. Regeringen er enig i betænkningens forslag og finder grundlæggende, at det fremsatte forslag på den ene side tilgodeser, at der på de enkelte virksomhedsområder er sket og må forventes fortsat at ske en vis specialisering, således at befolkningen i almindelighed i takt med denne specialisering kan få mere information om de enkelte sundhedspersoner og deres ydelse – en information som de typisk ikke vil kunne få på andre måder end gennem den individuelle reklame. Med standardbestemmelsen og de konkrete og entydige annonceringskriterier tilgodeser forslaget på den anden side også det forhold, at patienter i almindelighed har svært ved i relation til egen behandlingssituation at vurdere indholdet i mere vidtgående reklamering for sundhedsydelse, idet patienter generelt er ekstraordinært påvirkede af reklamer, der tilbyder bedre helbred. Regeringen finder på denne baggrund, at lovforslaget generelt indebærer en *afbalanceret udvidelse* af reklameringsadgangen under hensyntagen til både det stigende informationsbehov og de særlige forhold, der karakteriserer udbud af sundhedsydelse. Der kan i øvrigt henvises til betænkningens afsnit 5.3. om de særlige

vilkår, der karakteriserer udbud og efterspørgsel på sundhedsområdet.

Regeringen har fundet, at hensynet til patienterne taler for at lade al reklamering være omfattet af standardbestemmelsen, mens regeringen alene finder sundhedsfagligt grundlag for at fastsætte konkrete begrænsninger vedrørende de uopfordrede markedsføringsforanstaltninger over for befolkningen, dvs. vedrørende annoncering. Dermed sikrer lovforslaget, at den enkelte patient kan få flere oplysninger og mere uddybende information gennem kontakt til den enkelte sundhedsperson, det enkelte behandlingssted m.v., samtidig med at sådanne supplerende oplysninger efter standardbestemmelsen skal leve op til kravet om saglig, nøgtern og fyldestgørende reklamering.

4.2. Regeringen har fundet, at al reklamering for sundhedsmæssig virksomhed skal være omfattet af loven. Der vil således gælde ensartede regler for al reklamering, hvadenten den foretages som led i privat eller offentlig virksomhed. Reklamer skal i denne sammenhæng forstås som de angivelser, der vil være omfattet af markedsføringsloven. Der vil her være tale om de angivelser, der anvendes som led i udøvelsen af privat virksomhed eller offentlig virksomhed, der kan sidestilles med tilsvarende privat virksomhed.

Ved vurderingen af, om en given angivelse er omfattet af loven, vil det i almindelighed være afgørende, om angivelsen har markeds-mæssig karakter og har eller kan have en konkurrencemæssig effekt.

I de tilfælde, hvor angivelser fra offentlige myndigheder må karakteriseres som reklamering for sundhedsmæssig virksomhed, vil de i overensstemmelse med ovenstående være omfattet af loven. Derimod vil offentlig informationsvirksomhed ikke være omfattet af loven.

Der vil hermed være skabt ensartede reklameringsregler for offentlige myndigheder, herunder offentlige sygehuse, private sygehuse og privatpraktiserende sundhedspersoner.

Der kan i øvrigt henvises til betænkningens afsnit 2.4. om reklamebegrebets anvendelse på sundhedsområdet.

4.3. Lovforslaget indeholder – som det også gælder for model 2 i betænkningen – et generelt forbud mod annoncering for sundhedsydelse i *fjernsyn*. Begrundelsen herfor er, at fjernsynsmediet i almindelighed er så stærkt et medie, at patienter med et stærkt ønske om helbredelse eller afklaring af deres sygdom vil have en tendens til at blive særligt påvirket af annoncering på fjernsyn. Annoncering for sundheds-