

ydelse på fjernsyn rummer derved en nærliggende fare for, at befolkningen påvirkes til en efterspørgsel efter sundhedsydelse, der går videre end fagligt begrundet. Dertil kommer, at den reelle informationsværdi i fjernsynsannoncering typisk er meget begrænset. Også annoncering på fjernsyn for ydelse, der finansieres af patienten selv eller dennes private forsikring, f.eks. ydelse i en del af den private praksissektor, indebærer en potentiel risiko for, at nogle patienter søger behandling, hvor det ikke er fagligt begrundet.

Regeringen er enig i disse betragtninger om karakteren af annoncering for sundhedsydelse på fjernsyn og har derfor fundet, at de nye regler bør indeholde et generelt forbud mod at annoncere for sundhedsydelse på fjernsyn.

Det generelle forbud omfatter i overensstemmelse med lovens anvendelsesområde offentlige og private sygehuse, private klinikker og privatpraktiserende sundhedspersoner samt andre institutioner, der udfører sundhedsmæssig virksomhed. Der gælder således fælles regler for al reklamering for sundhedsmæssig virksomhed i fjernsynet.

Offentlige myndigheder kan som led i offentlig informationsvirksomhed oplyse i fjernsynet, herunder i tekst-tv, om sundhedsmæssig virksomhed, herunder om ventetider på sygehusene. Dette gælder ventetider på såvel offentlige som private sygehuse. Er der ikke tale om offentlig informationsvirksomhed, men derimod om reklamering, gælder det generelle forbud. Om reklamering og offentlig informationsvirksomhed henvises til afsnit 4.2. i de almindelige bemærkninger.

Forslaget indeholder ikke begrænsninger i adgangen til at annoncere i radio. Baggrunden herfor er, at radiomediet efter regeringens opfattelse ikke giver anledning til de samme betæneligheder, som der gælder ved billedannoncering. Der kan i øvrigt henvises til betænkningens særskilte afsnit 6.2. om reklamering i fjernsyn, radio og andre tekniske medier.

4.4. Selv om hensynet til etydighed og overskuelighed taler for, at der fastsættes helt ensartede og generelle reklameringsregler for sundhedsmæssig virksomhed, har regeringen dog fundet, at der er grundlag for at *undtage* visse former for informations- og reklameringsvirksomhed for loven som helhed samt særlige behov for på enkelte områder at gøre undtagelser for det generelle regelsæt.

Spørgsmålet om optikers og øjenlægers reklamering for salg af synshjælpemidler er i betænkningen rejst af Danmarks Optikerforening, som har påpeget, at der ikke her er tale om reklamering for sundhedsmæssig virksomhed, men for produkter, som indgår som

et naturligt led i den almindelige detailvarebranche, og som derfor alene bør være underlagt reglerne i markedsføringsloven. Regeringen er enig i dette synspunkt og har derfor fundet, at kun den del af optikervirksomheden, som omfatter sundhedsmæssige ydelse, bl.a. synsprøve og tilpasning af kontaktlinser, skal være omfattet af de nye regler om reklamering for sundhedsydelse. Den øvrige optikervirksomhed, der vedrører salg af synshjælpemidler, er derfor undtaget fra lovens anvendelsesområde. Dette betyder også, at optikere og øjenlæger ikke kan annoncere i fjernsynet for nævnte synsprøver m.v., men nok for salg af synshjælpemidler. I anden annoncering end i fjernsyn vil det generelt set være tilladt at reklamere for begge områder i samme annonce.

For så vidt angår særlige undtagelser fra det generelle regelsæt, knytter disse sig til faglige foreninger og organisationers generelle information til offentligheden om sundhedsmæssige forhold og annoncering over for sundhedspersonale inden for samme virksomhedsområde.

Spørgsmålet om faglige organisationers information til offentligheden om sundhedsmæssige forhold er drøftet i betænkningen. Det anføres, at faglige organisationer i en vis udstrækning udsender generel information til befolkningen om sundhedsmæssige forhold på de enkelte behandlings- og autorisationsområder. Der kan være tale om kampagner med et generelt sundhedspolitisk sigte, f.eks. information om regelmæssigt tandeftersyn eller information til børneforældre om børns tænder, eller der kan være tale om mere reklamelignende tiltag med henblik på markedsføring af et bestemt erhverv.

De faglige organisationers informationsvirksomhed vil i meget vid udstrækning være information med et generelt sundhedspolitisk sigte, og regeringen har på denne baggrund fundet det hensigtsmæssigt at undtage de faglige organisationers generelle information om sundhedsmæssige forhold fra de konkrete annonceringsbegrænsninger i lovforslaget.

De faglige organisationer har en generel interesse i at fremme deres medlemmers erhvervsvirksomhed, hvilket kan være i konkurrence med andre faglige organisationer inden for samme område eller inden for beslægtede områder. Den informationsvirksomhed, som disse organisationer udøver, kan således have markeds karakter og dermed en konkurrencemæssig effekt, og virksomheden vil derfor i almindelighed være omfattet af bestemmelserne i markedsføringsloven. Da det således ikke kan udelukkes, at visse informationskampagner m.v. fra faglige organisationer kan udformes således, at de har karakter af reklamering for det enkelte erhverv, har regeringen