

Bemærkninger til lovforslaget

Almindelige bemærkninger

1. Formålet med lovforslaget

Formålet med lovforslaget er at styrke patienternes frie valg i forbindelse med valg af sundhedsydelser samt at skabe øget konkurrence mellem udbydere i sundhedssektoren. Dette sker ved at liberalisere de nuværende regler om reklamering for sundhedsydelser. Lovforslaget indebærer tillige en væsentlig forenkling af de hidtil gældende regler i lov nr. 463 af 10. juni 1997 om reklamering for sundhedsydelser (reklameloven), der samtidig med dette lovforslags ikrafttræden foreslås ophævet. Forslag til lov om markedsføring af sundhedsydelser erstatter således lov om reklamering for sundhedsydelser.

Området har hidtil været underlagt en relativ restriktiv regulering, der har været til hinder for at tilgode ovennævnte målsætning. Med lovforslaget får sundhedspersoner nu mulighed for at markedsføre deres ydelser efter principperne i lov om markedsføring, bortset fra at det hidtil gældende forbud i reklameloven mod at reklamere i fjernsynet videreføres i dette lovforslag. Med indførelse af markedsføringslovens principper om vildledning og sammenlignende reklame og reguleringen af særlige markedsføringsmetoder i markedsføringsloven sikres tillige, at den fremtidige grundnorm for sundhedspersoners markedsføring er velkendt af såvel annoncører, medier, annoncebureauer, retsvæsen som sundhedspersonale. Sundhedspersoner, der udøver sundhedsmæssig virksomhed får herved samme muligheder for markedsføring – bortset fra forbudet mod markedsføring i fjernsynet – som øvrige erhvervsgrupper og virksomheder generelt har efter lov om markedsføring.

Da lovforslaget indeholder væsentligt ændrede regler for reklamering for sundhedsmæssig virksomhed i forhold til gældende lovgivning, og da lovforslaget samtidig ville indebære ændringer i de fleste af bestemmelserne i den gældende lov om reklamering for sundhedsydelser, har regeringen valgt at fremsætte forslag til en ny og samlet lov om markedsføring af

sundhedsydelser, bl.a. også med henblik på at forbedre overskueligheden af lovgivningen på området.

2. Gældende lovgivning, herunder Sundhedsstyrelsens tilsyn med loven.

2.1. Den gældende lov om reklamering for sundhedsydelser omfatter reklamering, herunder annoncering, for sundhedsmæssig virksomhed, som udføres af eller på vegne af autoriserede eller ikke-autoriserede sundhedspersoner inden for såvel det offentlige som private sundhedsvæsen, jf. lovens § 1. I loven skelnes mellem reklamering og annoncering, hvor reklamering omfatter alle former for markedsforanstaltninger over for offentligheden, mens annoncering alene vedrører uopfordrede angivelser over for befolkningen.

Loven omfatter også reklamering i Danmark for sundhedsmæssig virksomhed, som i øvrigt skal finde sted i udlandet, jf. lovens § 2.

I henhold til reklamelovens § 3, stk. 1 skal al reklamering og annoncering være saglig, nøjternt og fyldestgørende. I § 3, stk. 2, opregnes de meddelelser, som annoncering for sundhedsmæssig virksomhed må indeholde. Der må således alene annonceres med sundhedspersonens navn, eventuelt virksomhedsnavn, stilling, adresse, træffetid, herunder fravær, køn og alder, specialeanerkendelse, handicapadgangsforhold, handicapindretning af konsultation m.v. og handicaparkeringsplads i tilknytning til konsultation m.v., tilslutning til overenskomst med det offentlige samt undersøgelses- og behandlingsmetoder, ventetider og priser. Bestemmelsen indeholder hermed en fuldstændig opremsning af de oplysninger, som må anvendes ved annoncering, hvorfor annoncering ikke må indeholde andet end det her angivne, heller ikke f.eks. billeder og tegninger.

I medfør af lovens § 5 har Sundhedsstyrelsen dog konkret vurderet, at annoncering også kan indeholde navn på eventuel faglig organisation m.v., som den pågældende er tilknyttet, logo for (branche)forening, oplysning om tilskud fra Sygeforsikringen »Danmark«, tilbud om finansiering og udstedelse af garan-