

sundhedsydelser skal styrkes, således som det senest er kommet til udtryk ved vedtagelsen af lov nr. 143 af 25. marts 2002 om lov om ændring af lov om sygehusvæsenet.

Ved ændringen af sygehusloven fik patienter således udvidede valgmuligheder for at blive behandlet på private sygehuse og klinikker her i landet og sygehuse i udlandet, såfremt det offentlige sygehusvæsen ikke kan tilbyde behandling inden for 2 måneder efter henvisning. Dette udvidede frie valg omfatter sygehuse og klinikker, som har indgået en aftale herom med Amtsrådsforeningen. I denne situation har patienterne som følge af reklamelovens bestemmelser i § 3 ikke reel mulighed for at vurdere, hvilket privat sygehus, klinik m.v. omfattet af ovenstående, der ud fra patientens vurdering, vil være det mest optimale.

Hertil kommer, at de gældende bestemmelser i vidt omfang hindrer konkurrence mellem udbyderne i sundhedssektoren, idet reklameloven ikke giver udbyderne mulighed for at oplyse befolkningen om den virksomhed m.v., som kan tilbydes ud over opregningen i § 3, stk. 2.

Endvidere har flere annoncører gjort Sundhedsstyrelsen opmærksom på, at det er konkurrenceforvridende, at kun de annoncører, der klages over til Sundhedsstyrelsen gøres opmærksom på ulovlig annoncering, mens der efter annoncørernes opfattelse findes mange andre annoncer, som også er i strid med loven, og som ikke påtales af Sundhedsstyrelsen, jf. afsnit 2.2. om gældende lovgivning.

Endelig har lovens sondring mellem reklamering og annoncering givet anledning til betydelig usikkerhed om fortolkning af loven, såvel blandt annoncører og blandt de medier, som har optaget annoncerne. Der er således fra flere sider påpeget behovet for en forklaring af reglerne om reklamering for sundhedsydelser og en tilpasning til de gældende – generelle – regler om markedsføring.

Regeringen finder på denne baggrund, at der er behov for at liberalisere reglerne for reklamering for sundhedsydelser, dels således at lovgivningen på området forenkles og gøres mere forståelig for såvel medier som annoncører, dels således at sundhedspersoner får videre adgang til at reklamere for deres virksomhed.

3.2. Forholdet til lov om markedsføring og afgrænsning her over for.

3.2.1. Regeringen har i forbindelse med liberalisering af lov om reklamering for sundhedsydelser overvejet, hvorvidt markedsføring af sundhedsydelser fremover bør reguleres af bestemmelserne i lov om

markedsføring og dermed overføres til Forbrugerombudsmandens kompetence, således at der ikke oprettholdes en særlovgivning på området.

Når regeringen fremlægger et særskilt lovforslag, der regulerer markedsføring af sundhedsydelser, skyldes det flere forhold. Det vil således i betydeligt omfang kræve en sundhedsfaglig indsigt at føre tilsyn efter loven, og denne sundhedsfaglige indsigt besiddes af Sundhedsstyrelsen. Sundhedsstyrelsen fører allerede efter lov om sundhedsvæsenets centralstyrelse m.v. et sundhedsfagligt tilsyn med sundhedsforholdene og med de enkelte sundhedspersoner (individtilsynet), jf. centralstyrelseslovens §§ 2 og 4, hvorefter der sættes standarder for, hvad der er fagligt forsvarligt og korrekt. Sundhedsstyrelsen har via dette tilsyn den sundhedsfaglige kompetence og indsigt vedrørende de enkelte sundhedspersoners virksomhedsområde, der giver styrelsen de nødvendige faglige forudsætninger for i relation til lovforslaget at vurdere lovligheden af de enkelte sundhedspersoners markedsføringsforanstaltninger. Sundhedsstyrelsens faglige indsigt vil også være påkrævet i forbindelse med liberalisering af lovgivningen på området, idet det må forventes, at der vil blive foretaget yderligere reklamering for sundhedsydelser, end det er tilfældet i dag, ligesom der vil skulle fastlægges nye grænser og praksis for markedsføring de første par år efter lovens ikrafttræden.

Også for så vidt angår reklamering for lægemidler er der fastsat særlig lovgivning på grund af de særlige forhold, der gør sig gældende inden for sundhedsvæsenet, hvor forbrugerne (patienterne) ofte vil være særlig påvirkelige på grund af et stærkt ønske om bedring, helbredelse m.v. eller afklaring af deres sygdom. Hertil kommer, at forbrugerne på grund af områdets særlige karakter kan have svært ved at overskue og vurdere de »tilbud«, der udbydes på området.

For at sikre en koordinering af administrationen af lov om markedsføring af sundhedsydelser med lov om markedsføring, er det aftalt med Økonomi- og Erhvervsministeriet, at der nedsættes et kontaktudvalg med repræsentanter fra Sundhedsstyrelsen og Forbrugerombudsmanden. Endvidere vil Sundhedsstyrelsen ved fastsættelse af regler i medfør af lovforslaget have pligt til at indhente en udtalelse fra Forbrugerombudsmanden.

Det er endvidere aftalt mellem Indenrigs- og Sundhedsministeriet og Økonomi- og Erhvervsministeriet, at der efter en 3-årsperiode, dvs. i efteråret 2006, skal foretages en evaluering af hensigtsmæssigheden af en separat lovgivning om markedsføring af sundhedsydelser og af samspillet mellem de 2 områder, bl.a. med henblik på til den tid at vurdere behovet for en re-