

unddrager sig sandhedsprøvelse. Om en angivelse er utilbørlig i form, vil bero på en sundhedsfaglig vurdering og i øvrigt den herskende opfattelse af ytringsfrihedens grænser. For så vidt angår begrebet uvedkommende forhold, vil dette f.eks. være oplysninger om andre sundhedspersoners privatliv, race, religion eller nationalitet eller visse patientgruppers særlige forhold, f.eks. tro, vane eller politisk holdning etc.

Efter *stk. 3* må der ikke anvendes vildledende fremgangsmåder eller øvrige fremgangsmåder, såfremt de på grund af deres særlige form, eller fordi de inddrager uvedkommende forhold, er utilbørlige over for andre, herunder sundhedspersoner og forbrugere. Medens § 2, stk. 1 og stk. 2 gælder angivelser, vedrører *stk. 3* alene fremgangsmåder. Bestemmelsen skal navnlig sikre mod former for salg af sundhedsydelser, som kan give anledning til misbrug over for patienter, som på grund af deres helbredstilstand er let påvirkelige og andre former for salg af sundhedsydelser, hvor uvedkommende forhold inddrages i patienternes overvejelse om at købe en sundhedsydelse.

I henhold til *stk. 4* skal rigtigheden af angivelser om faktiske forhold kunne dokumenteres. Bestemmelsen vil navnlig kunne finde anvendelse i forbindelse med salg af sundhedsydelser, hvor der anvendes før- og efterbilleder, f.eks. ved kosmetiske operationer.

Stk. 5 indebærer at det hidtil i reklameloven gældende forbud mod markedsføring i fjernsynet videreføres i denne lov. Enhver form for markedsføring af sundhedsydelser, der er omfattet af § 1, vil være omfattet af det generelle forbud med markedsføring i fjernsynet, herunder tekst-tv, film, video eller lignende, f.eks. Cd-rom, DVD etc. Der findes således fortsat behov for inden for dette område at opretholde et forbud mod markedsføring i fjernsynet, idet fjernsynet i almindelighed er så stærkt et medie, at patienter med et ønske om helbredelse eller afklaring af deres sygdom vil have en tendens til at blive særligt påvirket af markedsføring på fjernsyn. Der gælder i øvrigt et tilsvarende forbud mod at reklamere i fjernsynet for receptpligtige lægemidler som følge af det almindelige forbud i lægemiddelloven mod offentlig reklamering på dette område.

Til § 3

Bestemmelsen svarer til markedsføringslovens § 2 a om sammenlignende reklame, dog således at bestemmelsen i nærværende lovforslag er tilpasset sundhedsområdet.

I *stk. 1* er angivet en definition af sammenlignende reklame. For at være omfattet af bestemmelsen skal reklamen henvisne direkte eller indirekte til en konkur-

rent eller til sundhedsydelser, som udbydes af en konkurrent. Der må således som minimum antages at skulle foreligge en konkurrencerelation mellem annoncøren og den sundhedsperson eller virksomhed, som sammenligningen angår.

Stk. 2 angiver i *nr. 1-6* de betingelser, der skal være opfyldt, for at sammenlignede reklamer er tilladt. Sammenligningen må ikke være vildledende, jf. *nr. 1*, og skal angå sundhedsydelser, der opfylder samme behov eller tjener samme formål, jf. *nr. 2*. Endvidere skal sammenligningen være objektiv, og sammenligning skal angå en eller flere konkrete og relevante egenskaber, der kan dokumenteres, og som er repræsentative for disse sundhedsydelser, herunder prisen, jf. *nr. 3*. Sammenligningen må således ikke bygge på subjektive vurderinger og holdningsbaserede udsagn, der ikke kan dokumenteres. Sammenligningen må heller ikke skabe forveksling mellem annoncøren og en konkurrent eller mellem annoncørens og en konkurrents firmanavn, andre karakteristiske kendetegn eller sundhedsydelser, jf. *nr. 4*. Efter *nr. 5* må sammenligningen ikke miskreditere eller nedvurdere en konkurrents firmanavn, andre karakteristiske kendetegn, sundhedsydelser, aktiviteter eller øvrige forhold. I henhold til *nr. 6* må sammenligningen ikke drage utilbørlig fordel af den anseelse, der er knyttet til en konkurrents firmanavn eller andre karakteristiske kendetegn.

Efter *stk. 3* skal det i enhver sammenlignende reklame, som indeholder særtilbud, klart fremgå, hvornår tilbudet ophører. Et særtilbud inden for området for sundhedsydelser kan f.eks. være prisnedsættelse på en operation eller behandling i forhold til de konkurrenter, der sammenlignes med. Gælder særtilbudet endnu ikke, skal det efter bestemmelsen tillige oplyses, hvornår perioden for den særlige pris eller for andre særlige betingelser begynder.

Til § 4

Bestemmelsen vedrører tilsynet med udøvelsen af markedsføring efter lovforslaget.

Efter *stk. 1* fører Sundhedsstyrelsen tilsyn med lovens overholdelse. Sundhedsstyrelsen fører efter lov om sundhedsvæsenets centralstyrelse m.v. tilsyn med den sundhedsfaglige virksomhed, der udøves af personer inden for sundhedsvæsenet, bortset fra den virksomhed, der udøves af psykologer, hvor tilsynet udøves af Psykolognævnet, som er nedsat under Socialministeriet. Via dette tilsyn har Sundhedsstyrelsen den sundhedsfaglige kompetence og indsigt vedrørende de enkelte sundhedspersoners virksomhedsområde, der giver styrelsen de nødvendige faglige forudsætninger for i relation til lovforslaget at vurdere lov-