

ligheden af de enkelte sundhedspersoners markedsføringsforanstaltninger. Tilsynet med lov om reklamerings af sundhedsydelser er også i dag tillagt Sundhedsstyrelsen. De samme forhold er gældende i forhold til Psykolognævnets tilsyn med psykologer.

Efter *stk. 2* kan Sundhedsstyrelsen kræve meddelt alle oplysninger, som skønnes nødvendige til afgørelse af, om et forhold falder ind under lovens bestemmelser. Såfremt der er tale om sammenlignende reklame kan styrelsen kræve dokumentation for rigtigheden af oplysninger inden for kort tid. Bestemmelsen svarer til § 15, stk. 2, i lov om markedsføring. Bestemmelsen er i øvrigt strafsanktioneret i § 5, stk. 3.

I *stk. 3* foreslås det, at Sundhedsstyrelsen på eget initiativ eller på baggrund af klager fra andre kan optage sager til behandling. Sundhedsstyrelsen vil ikke være forpligtet til at behandle alle sager, men skal ved vurdering af, hvorvidt en sag skal behandles navnlig lægge vægt på varetagelsen af hensynet til forbrugerne.

Idet der i øvrigt henvises til de almindelige bemærkninger afsnit 3.3. om baggrunden for bestemmelsen bemærkes, at såfremt Sundhedsstyrelsen vurderer, at der ikke er grundlag for at behandle en konkret sag, der ikke indeholder aspekter vedrørende varetagelsen af hensynet til forbrugerne, vil den pågældende blive orienteret om muligheden for at anlægge civilt (privat) søgsmål.

Efter *stk. 4* kan Sundhedsstyrelsen som led i tilsynet give udtryk for sin opfattelse af sagen. Bestemmelsen, der stort set er en uændret videreførelse af reklamelovens § 5, stk. 2, indebærer, at Sundhedsstyrelsen ved at udtale sig om konkrete sager får mulighed for at bringe en eventuel ulovlig markedsføring til ophør. I tilfælde af, at en annoncør ikke retter sig efter Sundhedsstyrelsens udtalelse, kan styrelsen søge iværksat sanktioner i form af bøde, jf. forslaget § 5.

Efter *stk. 5* kan Sundhedsstyrelsen efter indhentet udtalelse fra Forbrugerombudsmanden fastsætte nærmere regler for adgangen til markedsføring efter bestemmelserne i loven. Som nævnt oven for forudsættes det, at Sundhedsstyrelsen i forbindelse med lovens ikrafttræden udarbejder nærmere regler, der uddyber mulighederne for markedsføring efter lovforslaget. Det vil i sagens natur ikke være muligt for Sundhedsstyrelsen at foretage en udtømmende opregning af, hvad der i relation til bestemmelserne i forslaget §§ 2 og 3 er tilladt efter loven, men det findes væsentligt, at styrelsen f.eks. i en vejledning til loven i overensstemmelse med det i bemærkningerne til § 2, stk. 1, nævnte uddyber de muligheder for markedsføring, som loven giver mulighed for, navnlig set i relation til

de begrænsede muligheder for reklamerings, som er indeholdt i lov om reklamerings for sundhedsydelser. Det forudsættes således, at styrelsen uddyber opregningen af tilladte angivelser i bemærkningerne til § 2, stk. 1, ligesom styrelsen nærmere redegør for anvendelse af før- og efterbilleder i markedsføring af sundhedsydelser, samt præciserer afgrænsningen af forbudet mod markedsføring i fjernsynet, på film, video eller lignende.

I *stk. 6* fastsættes det, at Psykolognævnet fører tilsyn med psykologers markedsføring efter loven, og at Psykolognævnet som led i tilsynet - på linie med Sundhedsstyrelsen - kan give udtryk for sin opfattelse af sagen, ligesom nævnet kan søge iværksat sanktioner efter forslaget § 5.

Baggrunden for bestemmelsen er, at det er Psykolognævnet, der i henhold til lov om psykologer - lov nr. 494 af 30. juni 1993, der trådte i kraft 1. januar 1994 - er såvel autorisations- som tilsynsmyndighed for psykologer, på tilsvarende måde som Sundhedsstyrelsen er dette for de øvrige sundhedspersonalegrupper. Ved loven om reklamerings for sundhedsydelser fra 1997 blev Psykolognævnet samtidigt ressortmyndighed for alle spørgsmål vedr. psykologers reklameforhold - uanset der er tale om autoriserede psykologer eller ej.

Psykolognævnet får også i medfør af *stk. 6* mulighed for - efter indhentet udtalelse fra Forbrugerombudsmanden - at fastsætte nærmere regler for markedsføring efter loven. Det forudsættes i den forbindelse, at de regler, som såvel Sundhedsstyrelsen som Psykolognævnet fastsætter om markedsføring efter loven, jf. *stk. 5* og *6*, koordineres i samarbejde med Forbrugerombudsmanden.

Efter *stk. 7* kan Sundhedsstyrelsens afgørelser efter loven ikke indbringes for anden administrativ myndighed, dvs. heller ikke for Indenrigs- og Sundhedsministeriet. Bestemmelsen skal bl.a. ses på baggrund af, at det vil være domstolene, der endeligt tager stilling til, hvorvidt en given markedsføring er i overensstemmelse med loven. Endvidere nødvendiggør generelle ressourcemæssige hensyn en indskrænkning af muligheden for at påklage Sundhedsstyrelsens afgørelser til Indenrigs- og Sundhedsministeriet.

Til § 5

Efter *stk. 1* straffes overtrædelse af bestemmelserne i § 2, stk. 1-3 samt *stk. 5* og § 3, *stk. 2* og *3*, med bøde. Strafferammen for overtrædelse af de angivne markedsføringsforhold svarer til strafferammen for overtrædelse af reklameringsreglerne i lov om reklamerings for sundhedsydelser.