

Til lovforslag nr. L 106. Betænkning afgivet af Sundhedsudvalget den 9. april 2003

Betænkning

over

Forslag til lov om markedsføring af sundhedsydelser

[af indenrigs- og sundhedsministeren (Lars Løkke Rasmussen)]

1. Udvalgsarbejdet

Lovforslaget blev fremsat den 5. december 2002 og var til 1. behandling den 23. januar 2003. Lovforslaget blev efter 1. behandling henvist til behandling i Sundhedsudvalget.

Møder

Udvalget har behandlet lovforslaget i 4 møder.

Høring

Et udkast til lovforslaget har inden fremsættelsen været sendt i høring, og indenrigs- og sundhedsministeren sendte den 7. oktober 2002 dette udkast til udvalget, jf. alm. del – bilag 34. Den 13. december 2003 sendte indenrigs- og sundhedsministeren de indkomne høringssvar samt et notat herom til udvalget.

Skriftlige henvendelser

Udvalget har i forbindelse med udvalgsarbejdet modtaget skriftlige henvendelser fra:

Det Ethiske Råd,
Forbrugerrådet og
Sammenslutningen af Privathospitaler i Danmark.

Spørgsmål

Udvalget har stillet 34 spørgsmål til indenrigs- og sundhedsministeren til skriftlig besvarelse, som denne har besvaret.

2. Indstillinger og politiske bemærkninger

Et *mindretal* i udvalget (V, DF og KF) indstiller lovforslaget til *vedtagelse uændret*.

Et *andet mindretal* i udvalget (S, SF og RV) indstiller lovforslaget til *forkastelse* ved 3. behandling.

Efter Socialdemokratiets og SF's opfattelse er det vigtigt med så god og saglig information om sundhedsydelser som overhovedet muligt. Den betydelige liberalisering, som lovforslaget lægger op til, imødekommer ikke borgernes behov for øget information og kvalitetsdata. Lovforslaget er næste skridt på vejen til at markedsføre sundhedsområdet og gøre sundhedsydelser til varer på linje med andre varer. Al reklame har til formål at få så mange kunder som muligt og vil alt andet lige føre til et øget forbrug af ydelser, som der ikke er faglig begrundelse for. Flere ydelser giver ikke i sig selv mere sundhed.

Markedet for sundhedsydelser er ganske specielt. Syge mennesker er i en særlig situation. De har behov for information og dialog med behandlere, så de kan finde en vej ud af deres sygdom. De har ikke brug for vildledende reklamer.

Med markedsføringslovens bestemmelser om, at oplysninger ikke må være urigtige, vildledende eller urimeligt mangelfulde, sikres ikke tilstrækkelig nøgtern information, så borgerne kan træffe reelt frie valg.