

Stk. 4. Rigtigheden af angivelser om faktiske forhold skal kunne dokumenteres.

Stk. 5. Markedsføring må ikke finde sted i fjernsyn, film, video eller lignende.

Sammenlignende reklame

§ 3. Sammenlignende reklame omfatter enhver reklame, som direkte eller indirekte henviser til en konkurrent eller til sundhedsydelser, som udbydes af en konkurrent.

Stk. 2. Sammenlignende reklame, jf. stk. 1, er ikke tilladt efter denne lov, medmindre sammenligningen

- 1) ikke er vildledende,
- 2) angår sundhedsydelser, der opfylder samme behov eller tjener samme formål,
- 3) er objektiv og sammenligner en eller flere konkrete og relevante egenskaber, der kan dokumenteres, og som er repræsentative for disse sundhedsydelser, herunder prisen,
- 4) ikke skaber forveksling mellem annoncøren og en konkurrent eller mellem annoncørens og en konkurrents firmanavn, andre karakteristiske kendetegn eller sundhedsydelser,
- 5) ikke miskrediterer eller nedvurderer en konkurrents firmanavn, andre karakteristiske kendetegn, sundhedsydelser, aktiviteter eller øvrige forhold og
- 6) ikke drager utilbørlig fordel af den anseelse, der er knyttet til en konkurrents firmanavn eller andre karakteristiske kendetegn.

Stk. 3. I enhver sammenlignende reklame, som indeholder særtilbud, skal det klart fremgå, hvornår tilbuddet ophører. Gælder særtilbuddet endnu ikke, skal det tillige oplyses, hvornår perioden for den særlige pris eller for andre særlige betingelser begynder.

Kapitel 3

Tilsynsbestemmelser

§ 4. Sundhedsstyrelsen fører tilsyn med lovens overholdelse, jf. dog stk. 6.

Stk. 2. Sundhedsstyrelsen kan kræve meddelt alle oplysninger, som skønnes nødvendige til afgørelse af, om et forhold falder ind under lovens bestemmelser. Oplysningerne kan kræves meddelt inden for en kort frist, når det gælder sammenlignende reklame, eller når det efter omstændighederne skønnes påkrævet.

Stk. 3. Sundhedsstyrelsen kan på eget initiativ eller på baggrund af klager fra andre optage sa-

ger til behandling. Sundhedsstyrelsen er ikke forpligtet til at behandle alle sager, som forelægges. Sundhedsstyrelsen skal ved optagelse af sager til behandling navnlig lægge vægt på varetagelsen af hensynet til forbrugerne.

Stk. 4. Sundhedsstyrelsen kan som led i tilsynet give udtryk for sin opfattelse af sagen.

Stk. 5. Sundhedsstyrelsen kan efter indhentet udtalelse fra Forbrugerombudsmanden fastsætte nærmere regler for markedsføring efter denne lov, jf. dog stk. 6 vedrørende nærmere regler for psykologer.

Stk. 6. Psykolognævnet, jf. lov nr. 494 af 30. juni 1993 om psykologer m.v., fører tilsyn med psykologers markedsføring og kan som led i tilsynet give udtryk for sin opfattelse af sagen eller søge iværksat sanktioner efter lovens § 5, stk. 1 og 2. Psykolognævnet kan i denne forbindelse efter indhentet udtalelse fra Forbrugerombudsmanden fastsætte nærmere regler for psykologers markedsføring efter denne lov.

Stk. 7. Sundhedsstyrelsens afgørelser efter denne lov kan ikke indbringes for anden administrativ myndighed.

Kapitel 4

Straffebestemmelser

§ 5. Overtrædelse af § 2, stk. 1-3 og 5, og § 3, stk. 2 og 3, straffes med bøde.

Stk. 2. Overtrædelse af § 2, stk. 2 og 3, der består i skadelig omtale af en anden sundhedsperson eller af forhold, der særligt angår den pågældende, er undergivet privat påtale, medmindre almene hensyn kræver påtale.

Stk. 3. Den, som undlader at meddele oplysninger, der afkræves efter § 4, stk. 2, eller som i forhold, der omfattes af loven, meddeler Sundhedsstyrelsen urigtige eller vildledende oplysninger, straffes med bøde,

Stk. 4. I forskrifter, der udfærdiges i medfør af denne lov, kan der fastsættes straf af bøde for overtrædelse af bestemmelser i forskrifterne.

Stk. 5. Der kan pålægges selskaber m.v. (juridiske personer) strafansvar efter reglerne i straffelovens 5. kapitel.

Kapitel 5

Ikrafttrædelsesbestemmelser

§ 6. Loven træder i kraft den 1. september 2003.