



Holbergsgade 6
DK-1057 København K

T +45 7226 9000
F +45 7226 9001
M sum@sum.dk
W sum.dk

Folketingets Sundheds- og Forebyggelsesudvalg

Dato: 12. februar 2013
Enhed: Sundhedsjura og læ-
gemiddelpolitik
Sagsbeh.: SUMCVA
Sags nr.: 1206416
Dok nr.: 1145493

Folketingets Sundheds- og Forebyggelsesudvalg har den 24. januar 2013 stillet følgende spørgsmål nr. 8 (L 93) til ministeren for sundhed og forebyggelse, som hermed besvares. Spørgsmålet er stillet efter ønske fra Sophie Løhde (V)

Spørgsmål nr. 8 (L 93):

"Vil ministeren bekræfte, at det fortsat vil være muligt eksempelvis at markedsføre behandling af barnløshed med en samlet rabatpris på op til tre forsøg på kunstig befrugtning? "

Svar:

Som det fremgår af min besvarelse af dags dato på spørgsmål nr. 7 (L 93), indebærer lovforslaget ikke et forbud mod markedsføring med angivelse af priser. Der er heller ikke noget forbud mod rabatter.

Det afgørende er, at markedsføringen baseres på faglige og relevante oplysninger om selve sundhedsydelsen.

Sundhedsydelser, der bliver markedsført som spottilbud eller såkaldte "sweet deals", hvor der primært fokuseres på en stor rabat og/eller et krav om accept af tilbuddet inden for en kort frist, vil være i strid med saglighedskravet. Denne type markedsføring er således kendetegnet ved, at den motiverende faktor hovedsageligt er den store besparelse for køberen, ligesom hovedvægten i reklamen snarere er af økonomisk end af sundhedsmæssig karakter.

Det betyder med andre ord, at en saglig reklame for behandling af barnløshed med en samlet rabat på op til tre forsøg på kunstig befrugtning fortsat er mulig – naturligvis under forudsætning af, at lovens øvrige krav også overholdes.

Jeg skal endelig henvise til min besvarelse af spørgsmål nr. 13 (L 93), hvorved jeg har fremsendt et uddybende notat om bl.a. saglighedskravet.

Med venlig hilsen

Astrid Krag / Carlo V. Andersen