



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.: 1145509

Folketingets Sundheds- og Forebyggelsesudvalg har den 24. januar 2013 stillet følgende spørgsmål nr. 9 (L 93) til ministeren for sundhed og forebyggelse, som hermed besvares. Spørgsmålet er stillet efter ønske Sophie Løhde (V).

Spørgsmål nr. 9 (L 93):

"Vil ministeren med et par konkrete eksempler redegøre for, hvad der forstås ved markedsføring sammen med et produkt helt uden relevans for sundhedsydelsen? Vil ministeren eksemplificere, hvilke produkter som lovligt vil kunne markedsføres sammen med en sundhedsydelse?"

Svar:

Det foreslås med L 93 at indføre et krav om, at markedsføring af sundhedsydelser skal være saglig.

Forslaget indebærer, at sundhedsydelser ikke må markedsføres ligeså pågående og forbrugsstimulerende som almindelige forbrugsvarer eller tjenesteydelser.

Saglighedskravet indebærer som udgangspunkt ikke et forbud mod markedsføring af sundhedsydelser sammen med andre produkter.

Det kan således i visse sammenhænge være relevant at markedsføre en sundhedsydelse sammen med et andet produkt. Det kan fx være en reklame for høreapparater og en audiologisk undersøgelse, reklame for synsprøve og briller eller reklame for tandundersøgelser og tandkroner/-implantater.

Den form for markedsføring kan dog konkret være i strid med saglighedskravet, hvis markedsføringen indeholder reklame for et produkt uden relevans for sundhedsydelsen.

Det kan fx være i strid med saglighedskravet, hvis man markedsfører kosmetiske operationer og kombinerer det med tilbud på tøj, make-up produkter eller en anden dagligvare.

Man kan også forestille sig, at der kunne være udbydere af sundhedsydelser, som kombinerer markedsføringen af en sundhedsydelse med tilbud om gaver og præmier.

Det vil være i strid med saglighedskravet fx at kombinere en reklame for en sundhedsydelse med tilbud om gaver eller præmier, som er uden relevans for den markedsførte sundhedsydelse. Den form for markedsføring kan være eg-

net til at tilskynde patienter og forbrugere til at få udført en sundhedsydelse, som ikke er sundhedsfagligt begrundet eller nødvendig.

Med venlig hilsen

Astrid Krag / Carlo V. Andersen