



Holbergsgade 6
DK-1057 København K

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

Sundheds- og ældreministeren

Til Folketingets Erhvervsudvalg

Dato: 18-09-2020
Enhed: SUNDJUR
Sagsbeh.: DEPCBO
Sagsnr.: 2001798
Dok. nr.: 1317635

Sag om markedsføring af kosmetisk kirurgi

. / . I forlængelse af mit svar på ERU spørgsmål nr. 90 (Alm. del) af 26. februar 2020 kan jeg oplyse, at Styrelsen for Patientsikkerhed har behandlet og afsluttet en konkret sag om en influencers markedsføring af kosmetisk kirurgi på sociale medier. Sagen kan bidrage til vurdering af, om de nuværende regler er tilstrækkeligt.

Det drejer sig konkret om to videoer på en influencers Youtube-kanal, som efter styrelsens vurdering var i strid med forbuddet mod anvendelse af levende billeder i lov om markedsføring af sundhedsydelser. Desuden fandt styrelsen, at den ene af videoerne var i strid med saglighedskravet i lov om markedsføring af sundhedsydelser.

Yderligere vurderede styrelsens umiddelbart, at konkret markedsføring i form af konkurrencer og rabatkoder på Instagram også var i strid med saglighedskravet og dermed i strid med lov om markedsføring sundhedsydelser. Da markedsføring efterfølgende var ophørt, fandt styrelsen dog ikke grundlag for at høre over et påbud relateret hertil.

I forhold til de to videoer på Youtube sendte styrelsen den 27. februar 2020 en høring over påbud om ændring af markedsføringen til den pågældende influencer. Samtidig sendte styrelsen et separat brev til influenceren med vejledning om den ophørte markedsføring af sundhedsydelser på instagramprofilen.

Den 13. marts 2020 modtog styrelsen svar vedrørende høringen over påbud vedrørende youtube-kanalen, hvor influenceren oplyste, at hun ikke var bekendt med reglerne på området, og at hun ville stoppe med at bruge sin status som influencer til at markedsføre kosmetiske behandlinger samt slette sine ulovlige opslag. Styrelsen kunne ved en efterfølgende gennemgang af Youtube-kanalen konstatere, at den konkrete markedsføring af kosmetisk kirurgi helt var ophørt. Derfor var der ikke behov for at udstede påbud efterhøring. Styrelsen for Patientsikkerhed har på den baggrund afsluttet den konkrete sag.

Idet Styrelsen for Patientsikkerhed behandler sager om overtrædelse af regler om markedsføring af sundhedsydelser har jeg indhentet bidrag fra styrelsen i forhold til styrelsens vurdering af om de nuværende regler i lov om markedsføring af sundhedsydelser er tilstrækkelige i forhold til at begrænse influencers markedsføring af kosmetisk kirurgi. Styrelsen har i den forbindelse oplyst følgende:

"Det er på baggrund af den konkrete sag Styrelsen for Patientsikkerheds opfattelse, at influencers og bloggers markedsføring af sundhedsydelser på sociale medier kan være omfattet af reglerne i lov om markedsføring af sundhedsydelser. Der skal i den forbindelse henvises til styrelsens notat af 17. februar 2020 om lov om markedsføring

af sundhedsydelsers anvendelsesområde, hvoraf det fremgår, at det er styrelsens opfattelse af gældende ret, at influencers aktiviteter på de sociale medier efter en konkret vurdering kan betragtes som markedsføring og foranstaltninger foretaget i erhvervsøjemed.

Således omfatter lov om markedsføring af sundhedsydelser influencers aktiviteter på lige fod med andre udbydere af sundhedsydelser, hvis aktiviteterne i den konkrete sammenhæng anses for markedsføring af sundhedsydelser.

På baggrund af den konkrete sag er det derfor styrelsens opfattelse, at influencere og bloggere er omfattet af reglerne i lov om markedsføring af sundhedsydelser. Dette gælder, hvis der er tale om markedsføring i erhvervsmæssig øjemed og bloggeren/influenceren i henhold til lovgivningen kan anses for at være afsender af markedsføringen og dermed den ansvarlige herfor. Dette også selvom der markedsføres sundhedsydelser på vegne af en udenlandsk klinik eller lignende, og selvom den markedsførte behandling udføres i udlandet. Der henvises i øvrigt til styrelsens notat af 17. februar 2020 om vores opfattelse af gældende ret på området.

Den konkrete sag har således givet styrelsen indtryk af, at de nuværende regler i lov om markedsføring af sundhedsydelser generelt ikke er utilstrækkelige i forhold til at kunne forhindre bloggere og influencers usaglige vildledende, mangelfulde eller urigtige markedsføring af kosmetisk kirurgi.”

På baggrund af vurderingen fra Styrelsen for Patientsikkerheds finder jeg ikke på nuværende tidspunkt anledning til at iværksætte initiativer med henblik på at foretage ændringer i lov om markedsføring af sundhedsydelser.

Jeg har imidlertid fortsat fokus på området og er klar til se nærmere på problemstillingen, hvis de nuværende regler på et senere tidspunkt måtte vise sig utilstrækkelige.

Med venlig hilsen

Magnus Heunicke