



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.: 1145511

Folketingets Sundheds- og Forebyggelsesudvalg har den 24. januar 2013 stillet følgende spørgsmål nr. 10 (L 93) til ministeren for sundhed og forebyggelse, som hermed besvares. Spørgsmålet er stillet efter ønske fra Sophie Løhde (V)

Spørgsmål nr. 10 (L 93):

”Vil ministeren eksemplificere, hvad der forstås ved overdrevne eller skræmmende udsagn om sygdom eller helbredelse?”

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.

En reklame vil være i strid med dette krav, hvis markedsføringen indeholder overdrevne eller skræmmende udsagn om sygdomme. Det samme er tilfældet, hvis markedsføringen på overdreven eller skræmmende måde gør brug af billeder om ændringer af den menneskelige krop, der skyldes sygdomme eller behandlingens indvirkning på den menneskelige krop.

Fælles for disse eksempler er, at man enten forsøger at skræmme eller lokke patienter til at acceptere et tilbud.

Det er efter min opfattelse ikke saglig markedsføring.

Jeg skal i øvrigt 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