

## **Fra Psykolognævnet om markedsføringsloven**

Ved markedsføringslovens ikrafttræden er en række bestemmelser for psykologer og andre sundhedspersoners annoncering af ydelser blevet lempet.

Angivelser i forbindelse med markedsføring af sundhedsydelser må ikke være urigtige, vildledende eller urimeligt mangelfulde. Angivelser må ikke på grund af deres form, eller fordi de angår uvedkommende forhold, være utilbørlige over for andre, herunder andre sundhedspersoner eller forbrugere. Rigtigheden af angivelser om faktiske forhold skal kunne dokumenteres.

Psykolognævnet har ikke udformet supplerende retningslinjer til loven. Den bekendtgørelse og den vejledning, som sundhedsstyrelsen har udformet på området i samarbejde med forbrugerombudsmanden, og som er gældende for alle øvrige grupper af sundhedspersoner, vil kunne være vejledende også for psykologer.

Markedsføringen skal udformes og præsenteres på en sådan måde, at det tydeligt fremgår, at der er netop tale om markedsføring. Det skal tillige tydeligt fremgå, hvem der er ansvarlig for markedsføringen.

Som noget nyt i forhold til den tidligere gældende lov kan markedsføring af sundhedsydelser ske ved anvendelse af billeder, tegninger, logoer og lignende. Det er alene en forudsætning, at billederne m.v. ikke er urigtige, vildledende eller urimeligt mangelfulde.

Markedsføring kan ligeledes ske ved angivelser af særlige arbejds- og interesseområder, uddannelse og særlige kvalifikationer m.v., såfremt angivelserne ikke er urigtige, vildledende eller urimeligt mangelfulde.

Anvendelse af beskrivende og anprisende tekst om den enkelte sundhedsperson, behandlingsstedet eller de enkelte ydelser m.v. kan ske under de samme forudsætninger.

Markedsføring må fortsat ikke finde sted i fjernsyn, herunder tekst-tv. Markedsføring må heller ikke finde sted i film, på video, på CD-rom, på DVD eller lignende.

Forpligtelsen til at sikre, at betingelserne i loven overholdes, påhviler den sundhedsperson, som er ansvarlig for markedsføringen. Som noget nyt fremgår det, at reklamebureauer, redaktører, fjernsynsstationer, udgivere af blade, aviser, postordrehæfter m.fl. er medansvarlige for indholdet af markedsføringen efter lovgivningens almindelige regler.

I henhold til markedsføringslovens § 4, stk. 6, fører Psykolognævnet tilsyn med samtlige 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, dvs. anmeldelse til politiet med henblik på evt. idømmelse af bøde.  
Januar 2004.

