

Advokat **Malene Raunholt** og advokatfuldmægtig **Marie-Louise Uglebjerg Hansen** er fra Kielberg Advokater og har undervist kiropraktorer på NIKKB-kursus om klinikdrift. De skriver en række artikler om, hvad man skal være opmærksom på, når man som sundhedsperson skal markedsføre sig selv og sine ydelser.



Af Malene Raunholt, advokat, og Marie-Louise Uglebjerg Hansen, advokatfuldmægtig, Kielberg Advokater

Forbud mod levende billeder i markedsføringen af sundhedsydelser

For at undgå forvirring er det vigtigt at slå fast, at forbuddet mod at anvende levende billeder i markedsføringen af sundhedsydelser kun gælder markedsføring på **andet** end klinikkenes egen hjemmeside.

Forbuddet er indført som et beskyttelseshensyn, forstået på den måde, at ved at begrænse anvendelsen af levende billeder til klinikernes egen hjemmeside, så er det kun de personer, der aktivt selv søger oplysninger om behandlingen, der bliver udsat for den type markedsføring.

Forbuddet omfatter markedsføring af sundhedsydelser, som udføres af eller på vegne af autoriserede sundhedspersoner eller

ikke-autoriserede sundhedspersoner inden for sundhedsvæsenet; kiropraktorer og kiropraktorydelser er derfor også omfattet af forbuddet.

Overordnet

Forbuddet følger direkte af lov om markedsføring af sundhedsydelser. Film eller andre former for levende billeder må ikke anvendes ved markedsføring af sundhedsydelser på internettet bortset fra på klinikkenes egen hjemmeside.

”Egen hjemmeside” skal forstås som den hjemmeside, der er oprettet med det formål at præsentere klinikken som behandlingssted, de tilknyttede sundhedspersoner, behandlingstilbud mv.

Hvis flere klinikker har en fælles hjemmeside, må man også markedsføre sig med levende bil-

leder på den fælles hjemmeside – der er **ikke** krav om, at klinikkenes hjemmeside har samme domænenavn som selve klinikken.

Beskyttelseshensyn

Markedsføring med levende billeder er i sig selv mere påvirkeligt og effektivt end fx markedsføring kun med stillbilleder. Lovgiver har derfor set et behov for at beskytte forbrugerne, bl.a. fordi forbrugeren som følge af en given sygdom kan være mere modtagelig og letpåvirkelig til at efterspørge den markedsførte behandling, uanset om der er fagligt belæg for, at forbrugeren efterspørger den. Forbrugere med et ønske om helbredelse eller afklaring af deres sygdom formodes at være særligt påvirkelige af markedsføring med levende billeder og er derfor beskyttet af dette forbud.

3 gode råd til markedsføring af sundhedsydelser

- Anvend kun levende billeder på egen hjemmeside.
- Sørg for, at links fra andre hjemmesider kun linker til forsiden af klinikkenes hjemmeside.
- Vurdér, hvornår I markedsfører klinikken, og hvornår der er tale om markedsføring af sundhedsydelser.

ET EKSEMPEL

kan være, at en fodboldspiller med ondt i knæet på en kiropraktors sociale platform eller i en bannerannonce ser en video, om hvordan en anden fodboldspiller med én bestemt behandling kom hurtigt tilbage på banen. Med ønsket om en hurtig tilbagevenden kan forbrugeren forventes at efterspørge netop den behandling, selvom det måske ikke er den rette behandling eller en nødvendig behandling.

ET ANDET EKSEMPEL

kan være en forbruger, der dørjer med rygproblemer, som i en reklameblok på TV ser en kiropraktor fortælle om og demonstrere, hvordan de med behandling hjælper personer med rygproblemer (ikke nærmere defineret hvilke problemer) med at blive smertefri. Forbrugeren med rygsmerter hjemme i sofaen er i en situation, hvor han/hun kan påvirkes til at efterspørge ydelsen uden at vide, om det er den rette behandling for ham/hende.

Forbuddet er altså indført med det klare formål at beskytte forbrugere, for hvem den markedsførte sundhedsydelse/behandling ikke er fagligt begrundet, men som på grund af den overbevisende markedsføring kan blive overbevist om at efterspørge behandlingen.

Forbud mod markedsføring i fjernsyn

Der er som allerede nævnt forbud mod at reklamere for sundhedsydelse i fjernsynet. Det er derfor også vigtigt at være opmærksom på, at hvis der i forbindelse med en TV-udsendelse fokuseres

på en banner eller annonce fra klinikken, kan dette være en overtrædelse af forbuddet, da markedsføringen således vil være sket i fjernsynet. TV-udsendelser, hvor klinikens annonce tilfældigt indgår i udsendelsen, vil som udgangspunkt ikke være en overtrædelse af forbuddet.

Forbud mod markedsføring i video, DVD eller lignende – og på film

Der må som ovenfor beskrevet heller ikke markedsføres på disse medier, heller ikke selvom de uddeles til eksisterende patienter. Udlevering af sådanne medier må alene indeholde instruktioner til øvelser, men ikke markedsføring af fx et tilbud om et givent antal behandlinger eller tilbud om træning for at "mestre" øvelserne.

Markedsføring af sundhedsydelse (behandlinger) i forbindelse med visning af film er ikke tilladt. Se i øvrigt vores tidligere artikel i blad nr. 2 sommer 2020, hvor begrebet sundhedsydelse er nærmere behandlet:

www.KIROPRAKTOREN.dk

Anvendelse af levende billeder på egen hjemmeside

Forbuddet gælder som allerede nævnt ikke på klinikens egen hjemmeside. Fra lovgivers side har man anerkendt behovet for, at klinikken skal have mulighed for at vise behandlingsforløb og beskrive øvelser, så klinikens patienter og andre opsøgende forbrugere kan få en bedre indsigt i, hvordan øvelserne skal udføres, og hvilke behandlingsforløb klinikken udbyder.

Hvis man markedsfører sig på eksterne hjemmesider, er det

ikke tilladt at anvende levende billeder. Det er derimod tilladt at markedsføre sig på eksterne hjemmesider med ikke-levende billeder og så henvise evt. med link til forsiden af sin egen hjemmeside, hvor der markedsføres med levende billeder. På den måde har forbrugeren selv aktivt søgt videre til klinikens hjemmeside.

Det er dog ikke tilladt at linke direkte fra en ekstern hjemmeside til et videoklip eller andre former for levende billeder, der indeholder reklame for en given behandling.

Det er altså KUN klinikens hjemmeside, hvorpå levende billeder er tilladt at anvende i forbindelse med markedsføring. ●

📌 'Lov om markedsføring af sundhedsydelse' og blandt andet en vejledning finder du hos Styrelsen for Patientsikkerhed, der fører tilsyn med området: stps.dk/da/tilsyn/tilsyn-med-markedsfoering/

Hvornår er der tale om markedsføring?

Når du som kiropraktor i erhvervsøjemed foretager foranstaltninger, der udbyder eller tilbyder dine ydelser. Det er ikke en betingelse, at sundhedsydelsen tilbydes mod betaling.

Det vil altid bero på en konkret vurdering af materialets indhold, om der er tale om markedsføring eller blot en oplysning.

Som udgangspunkt er en almindelig reklame for din virksomhed, fx en film, hvor formålet er at beskrive virksomheden, og hvor der ikke tilbydes sundhedsydelse, ikke omfattet af reglerne om markedsføring af sundhedsydelse. En reklame i den lokale sportsklub eller lignende vil som udgangspunkt heller ikke være omfattet.