

Markedsføring i henhold til Lov om alternativ behandling

Av Ellen M. Thorsen, NMF

Innledning

Klassisk massasje regnes som alternativ behandling, og alle massører og massasjeterapeuter i Norge er dermed underlagt *Lov om alternativ behandling av 2004*. I loven inngår *Forskrift om markedsføring av alternativ behandling av sykdom*, og den legger føringer for hvordan markedsføring av slik behandling skal foregå. Markedsføringen skal være «nøktern og saklig», særlig med tanke på hva vi kan behandle og forventet effekt av behandling. Samtidig er det viktig å kunne formidle til pasientene hva vi kan hjelpe med. Jeg vil i denne artikkelen se nærmere på hvordan vi i praksis kan markedsføre oss korrekt i forhold til Lov om alternativ behandling.

Lov om alternativ behandling

Lov om alternativ behandling fikk virkning fra 1. januar 2004, og opphevet da den gamle kvakksalerloven av 1936. Kvakksalverloven kom i sin tid for å beskytte befolkningen mot skadelig virksomhet, men strammet samtidig inn valgfriheten i den grad at selv pasienter som var gitt opp av tradisjonelt helsevesen ikke kunne motta alternativ behandling for alvorlig sykdom. Loven om alternativ behandling av 2004 skal blant annet bidra til å nyansere lovverket slik at befolkningen beskyttes på en bedre måte enn kvakksalverloven maktet, samtidig som valgfriheten til den enkelte ivaretas. Resultatet er blant annet formelle krav til utøverne, og klageinstanser for pasienter (Befring 2005).

Lov om alternativ behandling gjelder for alle som innenfor landets grenser utfører helserelatert behandling utenfor helsetjenesten. Det betyr at loven gjelder alle som utfører slik behandling, selv om de ikke får betalt for tjenesten, den utføres mellom venner etc. Loven trer i kraft så lenge det eksisterer en behandler/klient-relasjon. Loven er allikevel begrenset nedad slik at råd og kjerringråd mellom kjente ikke blir berørt. Den gjelder også for autorisert helsepersonell som utfører alternativ behandling i eller utenfor helsetjenesten, men da gjelder i tillegg helsepersonelloven [1][2].

Ulovlig markedsføring

Forbrukerombudet utførte i samarbeid med Helsetilsynet i 2012 en kontrollaksjon hvor man tok for seg markedsføring av alternativ behandling. Over 100 nettsider ble vurdert, og hovedfokus var ulovlig bruk av påstand om effekt på konkrete sykdommer og lidelser. Det ble oppdaget flere brudd på regelverket. Det forekom også graverende brudd, der utøvere blant annet påstod å kunne behandle alvorlig sykdom som eksempelvis kreft. I tillegg ble det oppdaget flere tilfeller av at alternative behandlere sådde tvil om anerkjente medisinfaglige behandlingsopplegg.

Ifølge Anne Myhr, fagsjef i Statens helsetilsyn, er slik markedsføring ikke tillatt da det kan føre til at pasienter ikke oppsøker det ordinære helsevesenet. I verstefall kan dette medføre fare for liv og helse[3].

Hva sier Forskrift om markedsføring av alternativ behandling av sykdom

Alle tilbydere av alternativ behandling må følge *Forskrift om markedsføring av alternativ behandling av sykdom* [4] i sin markedsføring. Formålet med forskriften er å sikre en *nøktern og saklig* markedsføring av alternativ behandling. Man kan ikke hevde at behandlingen har virkning mot konkrete sykdommer eller lidelser eller gi et slikt inntrykk. Å påstå eller antyde at behandlingen har effekt på diagnoser som «diabetes», «AIDS» eller «kreft», og også lidelser som «allergi» vil dermed være ulovlig:

Beskrivelsen av den enkelte behandlingsform og hva denne går ut på eller hvordan den gjennomføres, må ikke være utformet på en slik måte at det fremstår som påstander om at behandlingsformen er effektiv eller har virkning mot konkrete sykdommer, syndromer, lidelser eller spesifikke diagnoser.

Også utsagn gitt av andre, som for eksempel fra «fornøyde kunder», ansees som utsagn gitt av utøveren selv hvis disse publiseres på utøverens nettsider eller lignende. Utøveren er i tillegg ansvarlig for innholdet på sider som det direkte lenkes til på egne nettsider.

Det er ikke kun selve ordlyden som kan påklages, men også det umiddelbare inntrykket teksten gir. Poenget er at man aldri på noen måte skal gi inntrykk av at man har dokumentert effekt av den alternative behandlingen på konkrete sykdommer og lidelser, så lenge slik dokumentasjon ikke eksisterer (i tilstrekkelig grad). Når slik dokumentasjon eventuelt foreligger, kan behandlingsformen vurderes for offentlig godkjenning. Ved eventuell offentlig godkjenning vil behandlingsformen ikke lengre regnes som «alternativ behandling», og i stedet være underlagt helsepersonell-loven.

Ved all kommersiell markedsføring skal det tydelig fremgå hvem som er ansvarlig markedsfører. Det betyr at fullt navn, adresse, kontaktinformasjon og eventuell utøverorganisasjon må føres opp under teksten. Dette slik at tilsynsmyndigheter og publikum skal kunne kontakte utøveren eller påklage eventuell ulovlig markedsføring inn til utøverorganisasjonen. Med kommersiell markedsføring, mener man markedsføring rettet mot et større publikum, og med intensjon om å tjene penger.

Man kan selvfølgelig heller ikke undergrave konvensjonell behandling direkte eller indirekte. All markedsføring skal også tydelig vise at det er snakk om markedsføring, og skal være lett å skille fra underholdning og redaksjonelt stoff [4,5].

Hvordan skal vi da markedsføre oss?

Vi har lov til å bruke generelle og nøkterne beskrivelser. Det vil si at vi kan bruke beskrivelser som omhandler plager og ubehag, som «rygg- og nakkeplager», «stive muskler», «tretthet», «slapphet» og lignende. «Stress» regnes ikke som en sykdom, og kan derfor benyttes. Det er også lov å opplyse om at behandlingsformen kan lindre eller forebygge slike generelle tilstander.

Vi skal hele tiden gi et saklig inntrykk av hva pasienten faktisk kan forvente seg av behandlingen, og ikke gi urealistiske forventninger. Måter å gjøre dette på kan for eksempel være å bruke vendinger som «kan ha positiv effekt på...» eller «kan i mange tilfeller...» fremfor bastante påstander som «har effekt på...» og «kurerer plager som...». Videre er det mer nøkternt å bruke beskrivelser som «lindre», «dempe» og «redusere», fremfor «fjerne» og «kurere».

Organisasjoner rammes ikke i samme grad som utøvere av Forskrift om markedsføring av alternativ behandling av sykdom, ettersom de som regel ikke har direkte økonomisk motivasjon (har de derimot direkte økonomisk motivasjon på vegne av seg selv eller sine utøvere rammes de også av denne forskriften). Dette må du som utøver være oppmerksom på. Ditt fagforbund, og sider som NIFAB (norsk nettportal for formidling av forskning og fakta om alternativ behandling) og andre nettsteder, kan ha lov til å publisere informasjon som kan være ulovlig for deg som utøver å publisere. Det betyr at selv om ditt fagforbund publiserer en artikkel om klassisk massasjes effekt på en konkret sykdom eller lidelse, har du som utøver ikke lov til å publisere artikkelen eller sitere den. Men du har selvfølgelig lov til å ha en direkte lenke til ditt fagforbunds hjemmeside.

Vi må holde oss til omtale av egen behandlingsform, og ikke uttrykke mistro til ordinære behandlingsopplegg, som undersøkelser, kirurgi, medikamenter og lignende, eller andre alternative behandlere eller behandlere som sådan. I stedet kan vi legge vekt på utsagn som «massasje kan virke stressreducerende og ha en positiv effekt på høyt blodtrykk» (høyt blodtrykk regnes ikke som en sykdom) og lignende.

Det er viktig å være klar over at du står som ansvarlig også for omtale fra fornøyde klienter, hvis disse uttalelsene publiseres i dine markedsføringskanaler, som hjemmeside eller bedriftens Facebook-side. Det vil si at hvis en av dine klienter skriver at du har kurert dem for alvorlig sykdom (altså en tilstand som har en sykdomsdiagnose), bryter du Forskrift om markedsføring av alternativ behandling av sykdom ved å la uttalelsen bli stående. Det samme gjelder for lenker fra din hjemmeside til andre sider (for eksempel forskningsbaser) som måtte hevde dokumentert effekt av din behandlingsform på en konkret lidelse. Selv om enkeltstudier kan vise til gode resultater kan det være at studien ikke er av tilstrekkelig kvalitet til å dokumentere effekt, eller ikke er utført i et omfang som kan gi overførbare resultater. Så lenge en behandlingsform ikke er offentlig godkjent som behandlingsform for den aktuelle diagnosen, har ikke vi som utøvere anledning til å gi inntrykk av at så er tilfelle.

Artikler i magasiner og tidsskrifter som omhandler effekt av alternativ behandling på konkrete diagnoser og lidelser vil også i utgangspunktet være ulovlig å lenke til fra egne sider eller å hente sitater fra.

Vi har lov å opplyse om lang eller bred erfaring med en eller flere bestemte behandlingsformer, men da selvfølgelig i kombinasjon med behandling av generelle tilstander eller plager. Det er for eksempel tillatt å markedsføre «20 års erfaring i å behandle muskelspenninger».

Behandleren har lov til og bør gi behandlingsinformasjon til sine pasienter i henhold til en faglig og yrkesetisk vurdering. Det vil si at pasienten kan og bør få informasjon om hvilke undersøkelser som gjøres, eventuelle resultater av disse undersøkelsene, din vurdering av disse resultatene, hva slags behandling som anbefales og hvorfor, hvor lenge behandlingen bør pågå, forventet resultat og forventet kostnad. Det skal alltid trekkes en klar linje mellom behandlingsinformasjon og markedsføring, også i den konkrete behandlingssituasjon. Du skal altså ikke reklamere for deg selv

eller egen behandlingsform i selve behandlingssituasjonen, men gi pasienten et realistisk inntrykk av hva han eller hun kan forvente seg av behandlingsforløpet.

Vi skal alltid føre opp fullt navn, adresse og annen kontaktinfo samt eventuelt fagforbund ved markedsføring, slik at publikum og eventuelt myndigheter lett kan få kontakt med oss eller vårt fagforbund om nødvendig [4].

Utøverforeninger og markedsføring

Forskrift om markedsføring av alternativ behandling av sykdom gjelder i hovedsak fysiske eller juridiske personer som direkte utøver alternativ behandling. Dermed kan forskriften ofte ikke anvendes overfor utøverorganisasjonene i samme grad som enkeltutøvere, ettersom utøverorganisasjonene ikke direkte utfører behandling. Utøverorganisasjonene står derfor friere til å redegjøre for ulike behandlingsformer, ved hvilke tilstander disse behandlingsformene kan benyttes og publisere forskningsartikler eller brukerundersøkelser i forhold til aktuelle alternative behandlingsformer. Utøverforeningene har altså vesentlig mer spillerom enn enkeltutøvere til å fremsette påstander eller gi opplysninger om behandlingsformen (e), ettersom motivasjonen er opplysning (både for egne medlemmer, for publikum og det offentlige) og ikke inntjening.

Hvis det kan antas at utøverorganisasjonen driver næringsvirksomhet på vegne av sine medlemmer, vil forskriften også kunne ramme utøverorganisasjonen. Dette gjelder særlig når informasjonen rettes mot publikum, og i mindre grad når den kun rettes mot egne medlemmer. Det som er avgjørende er helhetsvurderingen sett i lys av om det kan virke som om utøverforeningen har som motivasjon å selge tjenester eller tiltrekke seg kunder på vegne av sine medlemmer eller seg selv.

Utøverorganisasjonen er selv ansvarlig for alt som publiseres eller lenkes til på egne nettsider og i sin markedsføring, på samme måte som enkeltutøvere. Dette omfatter også messer, kurs og undervisning med salgselement og tilhørende materiell. Forskriften gjelder ikke i samme grad for kurs og utdanning for egne medlemmer. Det samme gjelder for øvrig for skoler og utdanningsinstitusjoner, men disse rammes av det generelle lovverket som følger av markedsføringsloven. Det er helhetsvurderingen av om det foreligger et salgsfremmende eller opplysende element, og om den ansvarlige er en kommersiell eller ideell organisasjon som avgjør om forskriften trer i kraft [4][5].

Offentlig tilsyn – eller ikke?

Det er i hovedsak Forbrukerombudet, og ved behov Markedsrådet (jf. lov 9. januar 2009 nr. 2 om kontroll med markedsføring og avtalevilkår mv. også kalt markedsføringsloven), som er ansvarlige for tilsyn av behandlernes markedsføring. Hvis behandleren i tillegg er helsepersonell, fører Statens helsetilsyn også tilsyn. I tillegg kan også utøverorganisasjonene føre tilsyn med egne medlemmers markedsføring. I forskrift av 11. desember 2003 nr. 1500 om frivillig registerordning for utøvere fremgår det at det er et krav for godkjente utøverorganisasjoner at de skal ha en klageordning for pasienter (og slike klager vil da også omfatte ulovlig markedsføring). Ulovlig markedsføring kan i ytterste konsekvens være grunn for ekskludering av medlemmet fra utøverorganisasjonen.

Det er i dag ingen offentlig kontroll av selve behandlingen som behandlerne utøver. Det er kun markedsføringen som er under offentlig tilsyn. Men Forbrukerombudet ønsker et videre offentlig tilsyn og strengere krav til utøverne.

Forbrukerombudet har flere ganger påpekt mangelen på offentlig kontroll, og har også sendt et bekymringsbrev til helseminister Bent Høie om manglende forbrukervern. Gry Nergård, Forbrukerombud, sier at så lenge utøveren ikke bryter markedsføringsloven, kan hvem som helst drive med hva som helst innen alternativ behandling. Hun mener regelverket må gjennomgås og tilpasses slik at pasientsikkerheten styrkes [6].

Ifølge en artikkel i E24 datert 12.03.2015 påpeker imidlertid Statssekretær i Helse- og omsorgsdepartementet, Cecilie Brein-Karlsen, at et offentlig tilsyn ikke er aktuelt. Dette fordi det offentlige i samme pennestrøk da godkjenner den alternative behandlingsformen, noe de ikke kan gjøre uten tilstrekkelig dokumentasjon på effekt. Det er bransjene selv som må stille krav til sine utøvere, avslutter hun [7].

Oppsummering

Så lenge det ikke finnes anerkjente forskningsresultater som viser effekt av den alternative behandlingsformen har alternative behandlere ikke lov å markedsføre effekt på konkrete sykdommer og lidelser. Det er altså ikke nok at mindre studier eller brukerundersøkelser viser god effekt av den gitte behandlingsform. Vi har heller ikke lov å vise til eller lenke til studier og artikler som gir inntrykk av at vi kan fremvise slik effekt. Utøverforeningene stiller litt friere her, siden de i utgangspunktet ikke har kommersielle motiver.

Vi har derimot lov til å bruke generelle vendinger, både i forhold til plager og i forhold til effekt. Vi har også lov å opplyse om eventuell lang eller bred erfaring med å behandle slike generelle plager.

Det føres i dag tilsyn med alternative behandleres markedsføring, men ikke med selve behandlingen (hvis ikke utøveren i tillegg er helsepersonell). Slik vil det fortsette å være så lenge det ikke foreligger anerkjente forskningsresultater som dokumenterer effekt. Overgangene mellom lovlig og ulovlig markedsføring er glidende, og en tekst kan vise seg å være ulovlig selv uten bruk av konkrete diagnoser og påstått effekt, hvis helhetsinntrykket er av en slik art at dette inntrykket gis.

Kilder

Befring, Anne Kjersti.2005. *Lov om alternativ behandling – med kommentarer*. Bergen: Fagbokforlaget.

Lenker

1. Store medisinske leksikon. *Lov om alternativ behandling av sykdom mn.* < https://sml.snl.no/lov_om_alternativ_behandling_av_sykdom_mv.> (Lesedato: 19.02.2016)

2. Nifab.no. Hva omfattes av loven? <
http://www.nifab.no/lov_og_rett/lovverket/hva_omfattes_av_loven_om_alternativ_behandling> (Lesedato: 19.02.2016)
3. Forbrukerombudet.no. *Kontrollaksjon avdekket ulovlig markedsføring av alternativ behandling.* <<http://forbrukerombudet.no/2013/02/kontrollaksjon-avdekket-ulovlig-markedsfoering-av-alternativ-behandling>> (Lesedato: 03.03.2016)
4. Lovdata.no. *Forskrift om markedsføring av alternativ behandling av sykdom.* <
<https://lovdata.no/dokument/SF/forskrift/2003-12-11-1501>> Helse- og omsorgsdepartementet (Lesedato : 19.02.2016)
5. Nifab.no. Markedsføring.
http://www.nifab.no/lov_og_rett/markedsfoering/?utm_source=twitter.com&utm_medium=sharer&utm_campaign=twitter (Lesedato: 19.02.2016)
6. Forbrukerombudet.no. *Etterlyser strengere kontroll av alternativ behandling.* <
<http://forbrukerombudet.no/2014/04/etterlyser-strengere-kontroll-med-alternativ-behandling>> (Lesedato: 03.03.2016)
7. E24.no. *Regjeringen sier nei til alternativ-tilsyn.* <<http://e24.no/privat/regjeringen-sier-nei-til-alternativ-tilsyn/23413760>> (Lesedato: 03.03.2016)