



FORBRUKEROMBUDET

Akupunktørene i Majorstukrysset
Bogstadveien 51
0366 Oslo

Deres ref.

Vår ref.
Sak nr: 14/646-1
Saksbehandler:
Dir.tlf:

Dato: 20.03.14

Kontrollaksjon - Markedsføring av alternativ behandling

1. Innledning

Forbrukerombudet fører tilsyn med at de næringsdrivendes markedsføring, handelspraksis og avtalevilkår i forbrukerforhold er i samsvar med markedsføringsloven (mfl.). Les loven på: www.forbrukerombudet.no

Forbrukerombudet skal, også ut fra hensynet til forbrukerne, føre tilsyn med at markedsføring fra tilbydere av alternativ behandling er i samsvar med lov om alternativ behandling av sykdom (**alternativloven**)¹ og tilhørende forskrift om markedsføring av alternativ behandling av sykdom (**forskriften**).²

Forbrukerombudet har utarbeidet retningslinjer som tar sikte på å gi en enkel oversikt over hvilke krav forskriften stiller ved markedsføring av alternativ behandling.

./.. En kopi av retningslinjene følger vedlagt.

Tilbudet av alternativ behandling er stort, med over 200 ulike behandlingsformer. Bruken av alternativ behandling har hatt en kraftig økning de siste årene. I følge undersøkelser har en tredjedel av den voksne befolkningen i Norge benyttet seg av alternativ behandling. I 2012 brukte nordmenn ca. 4 milliarder kroner på alternativ behandling. Dette viser at nordmenn ønsker å bruke alternativ behandling.

Regelverket for markedsføring av alternativ behandling er strengt. All alternativ behandling har det til felles at effekten av behandlingsformene ikke er dokumentert. Derfor er det blant annet ikke lov å benytte effektpåstander i markedsføringen. Bruk av effektpåstander i markedsføring kan føre til at forbrukerne får urealistiske forhåpninger om at en behandling uten dokumentert effekt skal kunne hjelpe dem.

Enkelte brukere av alternativ behandling er forbrukere i en potensielt sårbar posisjon; kronisk syke, personer uten klare diagnoser, personer som venter i helsekø osv. Alternativ behandling kan også ha økonomiske konsekvenser for forbrukerne fordi behandlingen ofte er kostbar.

I lys av det ovennevnte er Forbrukerombudets standpunkt at det er viktig ut fra hensynet til forbrukerne å håndheve de strenge reglene for markedsføring av alternativ behandling.

¹ Lov av 27. juni 2003 nr. 64

² Forskrift av 11. desember 2003, gitt i medhold av alternativloven § 8 femte ledd

2. Forbrukerombudets og Statens helsetilsynets kontrollaksjon 13. mars 2014

Forbrukerombudet har de siste årene gjennomført flere kontrollaksjoner der vi har undersøkt markedsføringen til et større antall tilbydere av alternativ behandling.

Ett av punktene på Forbrukerombudets virksomhetsplan for 2014 er å gjennomføre en ny kontrollaksjon på markedsføring av alternativ behandling med særlig fokus på bruk av påstander om at alternativ behandling har virkning på konkrete alvorlige sykdommer og lidelser – såkalte effektpåstander.³

I samarbeid med Statens helsetilsynet gjennomførte Forbrukerombudet den planlagte kontrollaksjonen 13. mars 2014.

Statens Helsetilsyn fokuserte i sine undersøkelser hovedsakelig på om autorisert helsepersonell som tilbyr alternativ behandling fulgte kravene for markedsføring i helsepersonellovens § 13. Bestemmelsen fastslår at markedsføring av helse- og omsorgstjenester skal være forsvarlig, nøktern og saklig.

Forbrukerombudet konsentrerte sine undersøkelser til om markedsføringen var i tråd med alternativlovens § 8 fjerde ledd og forskriftens § 2. Se beskrivelse under punkt 3.

Forbrukerombudet undersøkte markedsføring av alternativ behandling på internett og i aviser, og markedsføring til aktører vi tidligere har hatt saker mot, samt alle klager og tips vi har mottatt i 2013 og hittil i 2014. Totalt kontrollerte Forbrukerombudet og Statens helsetilsyn markedsføring fra 230 tilbydere av alternativ behandling funnet på deres nettsider, samt markedsføringsmateriale fra alternativmessen.

Under kontrollaksjonen registrerte Forbrukerombudet markedsføring av alternativ behandling fra Akupunktørene i Majorstukrysset som ikke er i tråd med alternativlovens og forskriftens krav. En kopi av markedsføringen følger vedlagt.
./.

Vi vil i det følgende redegjøre for de rettslige kravene som stilles ved markedsføring av alternativ behandling, og vår vurdering av den aktuelle markedsføringen fra Akupunktørene i Majorstukrysset.

3. Rettslige krav ved markedsføring av alternativ behandling

3.1 Utgangspunkt

Kravene i forskriftens § 2 gjelder annonsering og markedsføring av enhver art og i ethvert medium, jf. forskriftens § 3.

Markedsføringen skal vurderes ut fra det umiddelbare inntrykket den antas å gi den jevne forbruker, jf. forskriftens § 4. Det vil si at det ikke har betydning hva markedsføringen var ment å formidle. Det avgjørende er hvordan den jevne forbruker oppfatter budskapet i markedsføringen ut fra en helhetsvurdering av tekst, bilder/illustrasjoner og utforming.

3.2 Hovedregel

Alternativlovens § 8 fjerde ledd og forskriftens § 2 første ledd fastslår at den som tilbyr alternativ behandling skal gi *"en nøktern og saklig beskrivelse av virksomhetens art"*.

³ Se punkt 12 «helse» i Forbrukerombudets virksomhetsplan på www.forbrukerombudet.no.

Kravet om at markedsføringen må være "nøktern" innebærer særlig at den ikke må inneholde opplysninger som kan villedе forbrukerne. Eksempelvis ved å unnlate å opplyse om uheldige skader av behandlingen.

Kravet om saklighet medfører særlig at markedsføringen ikke må utformes slik at den på en utilbørlig måte undergraver eller svekker tilliten til den ordinære helsetjeneste, til helsepersonell eller andre former for alternativ behandling eller behandlere. Eksempelvis å markedsføre sine egne behandlingsmetoder som de eneste kvalifiserte på sitt felt.

Med begrepet "virksomhetens art" menes i tillegg til opplysninger av mer forretningsmessig karakter, også opplysninger om de ulike behandlingsformer som utøveren tilbyr, hva disse går ut på og hvordan disse gjennomføres, samt en nøktern beskrivelse av hvilke tilstander de brukes ved.

3.3 Forbud mot bruk av effektpåstander

I forskriftens § 2 annet ledd er det presisert og utdypet hva slags opplysninger eller påstander som *ikke* kan benyttes i markedsføring av alternativ behandling.

Bestemmelsen slår fast at det i markedsføring av alternativ behandling ikke kan benyttes: *"påstander om at en behandlingsform har virkning mot konkrete sykdommer eller lidelser eller på andre måter utformer markedsføringen slik at den gir dette inntrykket."*

Dette er i realiteten et forbud mot bruk av effektpåstander ved markedsføring av alternativ behandling.

Formålet med bestemmelsen er å hindre at det benyttes uriktige eller udokumenterte påstander om eksempelvis hva den markedsførte alternative behandlingen eller behandlingsformen kan hjelpe mot, hvor stor bedring som kan påregnes og hvor stor sannsynlighet det er for at behandlingen kan ha effekt.

Påstander om behandlingseffekt krever som utgangspunkt at tilbyder må kunne fremlegge anerkjent forskningsmaterialer som kan dokumentere disse påstandene. Tilbydere av alternativ behandling kan ikke oppfylle dette kravet og slike påstander er derfor forbudt.

En tommelfingerregel er:

Jo mer konkrete tilstander (sykdommer eller lidelser) som angis i markedsføringen, desto mer forsiktig må man være med å omtale hva som kan oppnås ved behandlingen.

3.3.1 Beskrivelse av hva som kan oppnås ved behandlingen

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

Det er derfor viktig å utvise aktsomhet dersom man beskriver hva som kan oppnås ved behandlingen i markedsføring.

For en nærmere redegjørelse av hvilke beskrivelse av effekt/virkning som ikke er tillatt og hvilke som kan være tillatt, viser vi til de vedlagte retningslinjer punkt 4.3.1.

3.3.2 *Beskrivelse av tilstander*

I lys av at det er forbudt å fremsette påstander om at en alternativ behandling eller behandlingsform har virkning mot konkrete sykdommer eller lidelser, er det viktig å vise aktsomhet ved beskrivelsen av hvilke tilstander behandlingen kan benyttes ved.

For en nærmere redegjørelse av hvilke beskrivelser av tilstander som er tillatt og ikke, viser vi til retningslinjene punkt 4.3.2.

3.3.3 *Bruk av kilder*

Bruk av autoritative kilder vil lett oppfattes som en påstand om at behandlingen har effekt og er derfor som hovedregel ikke tillatt, jf. forskriftens § 2 annet ledd.

Eksempler er vitenskapelige studier eller forskning som omhandler behandleren eller den enkelte behandlingsform. Tilsvarende gjelder uttalelser, anbefalinger eller konklusjoner fra fagtidsskrifter, forskningsinstitusjoner og lignende. Uttalelser hvor helsepersonell går god for en alternativ behandlingsform vil lett kunne gi inntrykk av at behandlingsformen har effekt og er ikke tillatt å bruke i markedsføringen.

Uttalelser fra fornøyde kunder, brukerundersøkelser og lignende kan heller ikke benyttes i markedsføringen. Forbudet gjelder også for henvisninger til artikler i ukeblad, dagspresse, blogger etc.

Det skal ikke være mulig å omgå forbudet mot effektpåstander ved å henvise til kilder som ligger utenfor den enkelte utøvers markedsføring. Lenker til andre internettsider vil som hovedregel bli ansett som en del av behandlerens markedsføring. Det bør således utvises aktsomhet ved bruk av slike lenker.

3.4 Forbud mot markedsføring av behandling av sykdommer og lidelser som alternative behandlere ikke har lov til å behandle jf. alternativloven §§ 5-7

Forskriftens § 2 tredje ledd fastslår at den som tilbyr alternativ behandling ikke kan markedsføre behandlingsformer eller behandling av sykdommer eller lidelser som man etter alternativlovens §§ 5-7 mv. ikke har lov til å behandle.

I praksis innebærer dette et forbud mot markedsføring av medisinske inngrep eller behandling som kan medføre alvorlig helserisiko, behandling av allmennfarlige smittsomme sykdommer og av såkalte alvorlige sykdommer og lidelser.⁴

4. Forbrukerombudets vurdering av markedsføringen av alternativ behandling fra Akupunktørene i Majorstukrysset.

4.1 Markedsføring av effektpåstander

Forbrukerombudet registrerte under vår kontrollaksjon 13. mars 2014 markedsføring av alternativ behandling på deres hjemmesider www.akupunktoreneimajorstukrysset.no

⁴ Henvisning til liste finnes her: jf. Helsetilsynet

I beskrivelsen av hva dere tilbyr brukes ordet «behandling» i forbindelse med konkrete sykdommer, diagnoser og lidelser:

«Akupunktur - Behandler allergi, astma, blærekatarr, hodepine [...] infertilitet/ufrivillig barnløshet [...], kolikk [...], reumatiske lidelser [...]»

«Kopping [...] Behandlingen kan også ha god effekt på øvre luftveisplager som bronkitt, lungebetennelse [...]»

«Homeopati – Behandler [...] migrene og hodepine [...] problemer med å bli gravid [...]»

Forbrukerombudets vurdering er at markedsføringen gir den jevne forbruker et klart inntrykk av at de alternative behandlingsformene som Akupunktørene i Majorstukrysset tilbyr har en effekt på barnløshet, allergi, astma, hodepine, migrene, bronkitt, lungebetennelse og blærekatarr.

Markedsføringen er i strid med forbudet mot bruk av effektpåstander i alternativloven § 8 fjerde ledd jf. forskriften § 2 annet ledd og dermed ulovlig.

Forbrukerombudet ber derfor om at Akupunktørene i Majorstukrysset umiddelbart endrer markedsføringen slik at den er i tråd med forskriften, herunder fjerner de aktuelle effektpåstandene.

5. Krav om innrettelse

Forbrukerombudet ber om at Akupunktørene i Majorstukrysset umiddelbart gjennomgår sin markedsføring i alle medier og gjør de endringer som er nødvendige for at markedsføringen skal være i tråd med kravene som følger av alternativloven, forskriften og Forbrukerombudets retningslinjer.

Ta gjerne kontakt med Forbrukerombudet på e-post postmottak@forbrukerombudet.no eller telefonnummer 23 400 600 dersom dere har noen spørsmål i denne forbindelse.

6. Avslutning

Ettersom dette er vår første henvendelse til dere vedrørende overtredelse av alternativloven og forskriften vil saken med dette bli avsluttet fra vår side.

Dersom vi ikke hører noe fra dere, legger vi til grunn at Akupunktørene i Majorstukrysset vil innrette sin fremtidige markedsføring slik at den er i tråd med gjeldende lover og regler.

Er dere uenig i faktum eller vår vurdering, eller ønsker ytterligere opplysninger, regner vi med å høre fra Akupunktørene i Majorstukrysset så **snart som mulig og senest innen 3 uker**.

Forbrukerombudet tar forbehold om å vektlegge denne saken ved en eventuell senere oppfølging av Akupunktørene i Majorstukrysset markedsføring av alternativ behandling.

Vi gjør oppmerksom på at markedsføringsloven § 40 jf. § 39 jf. § 34 gir Forbrukerombudet og Markedsrådet hjemmel til å legge ned forbud mot handlinger i strid med markedsføringsloven kapittel 1 til 5. I forbindelse med at det fattes forbudsvedtak skal det som hovedregel fastsettes en tvangsmulkt etter § 42.

Med vennlig hilsen
for Forbrukerombudet

Tor Asbjørn Tingulstad Hem
Jurist

Vedlegg:

- Kopi av markedsføring
- Utskrift av Lov om alternativ behandling (LOV 2003-06-27)
- Utskrift av Forskrift om markedsføring av alternativ behandling av sykdom (FOR 2003-12-11)
- Forbrukerombudet retningslinjer for markedsføring av alternativ behandling



FORBRUKEROMBUDET

Salong Orakelet Beate Basma
Åsgårdstrandveien 183
3153 Tolvsrød

Deres ref.

Vår ref.
Sak nr: 14/645-1
Saksbehandler:
Dir.tlf:

Dato:20.03.14

Kontrollaksjon - Markedsføring av alternativ behandling

1. Innledning

Forbrukerombudet fører tilsyn med at de næringsdrivendes markedsføring, handelspraksis og avtalevilkår i forbrukerforhold er i samsvar med markedsføringsloven (mfl.). Les loven på: www.forbrukerombudet.no

Forbrukerombudet skal, også ut fra hensynet til forbrukerne, føre tilsyn med at markedsføring fra tilbydere av alternativ behandling er i samsvar med lov om alternativ behandling av sykdom (**alternativloven**)¹ og tilhørende forskrift om markedsføring av alternativ behandling av sykdom (**forskriften**).²

Forbrukerombudet har utarbeidet retningslinjer som tar sikte på å gi en enkel oversikt over hvilke krav forskriften stiller ved markedsføring av alternativ behandling.

./.. En kopi av retningslinjene følger vedlagt.

Tilbudet av alternativ behandling er stort, med over 200 ulike behandlingsformer. Bruken av alternativ behandling har hatt en kraftig økning de siste årene. I følge undersøkelser har en tredjedel av den voksne befolkningen i Norge benyttet seg av alternativ behandling. I 2012 brukte nordmenn ca. 4 milliarder kroner på alternativ behandling. Dette viser at nordmenn ønsker å bruke alternativ behandling.

Regelverket for markedsføring av alternativ behandling er strengt. All alternativ behandling har det til felles at effekten av behandlingsformene ikke er dokumentert. Derfor er det blant annet ikke lov å benytte effektpåstander i markedsføringen. Bruk av effektpåstander i markedsføring kan føre til at forbrukerne får urealistiske forhåpninger om at en behandling uten dokumentert effekt skal kunne hjelpe dem.

Enkelte brukere av alternativ behandling er forbrukere i en potensielt sårbar posisjon; kronisk syke, personer uten klare diagnoser, personer som venter i helsekø osv. Alternativ behandling kan også ha økonomiske konsekvenser for forbrukerne fordi behandlingen ofte er kostbar.

I lys av det ovennevnte er Forbrukerombudets standpunkt at det er viktig ut fra hensynet til forbrukerne å håndheve de strenge reglene for markedsføring av alternativ behandling.

¹ Lov av 27. juni 2003 nr. 64

² Forskrift av 11. desember 2003, gitt i medhold av alternativloven § 8 femte ledd

2. Forbrukerombudets og Statens helsetilsynets kontrollaksjon 13. mars 2014

Forbrukerombudet har de siste årene gjennomført flere kontrollaksjoner der vi har undersøkt markedsføringen til et større antall tilbydere av alternativ behandling.

Ett av punktene på Forbrukerombudets virksomhetsplan for 2014 er å gjennomføre en ny kontrollaksjon på markedsføring av alternativ behandling med særlig fokus på bruk av påstander om at alternativ behandling har virkning på konkrete alvorlige sykdommer og lidelser – såkalte effektpåstander.³

I samarbeid med Statens helsetilsynet gjennomførte Forbrukerombudet den planlagte kontrollaksjonen 13. mars 2014.

Statens Helsetilsyn fokuserte i sine undersøkelser hovedsakelig på om autorisert helsepersonell som tilbyr alternativ behandling fulgte kravene for markedsføring i helsepersonellovens § 13. Bestemmelsen fastslår at markedsføring av helse- og omsorgstjenester skal være forsvarlig, nøktern og saklig.

Forbrukerombudet konsentrerte sine undersøkelser til om markedsføringen var i tråd med alternativlovens § 8 fjerde ledd og forskriftens § 2. Se beskrivelse under punkt 3.

Forbrukerombudet undersøkte markedsføring av alternativ behandling på internett og i aviser, og markedsføring til aktører vi tidligere har hatt saker mot, samt alle klager og tips vi har mottatt i 2013 og hittil i 2014. Totalt kontrollerte Forbrukerombudet og Statens helsetilsyn markedsføring fra 230 tilbydere av alternativ behandling funnet på deres nettsider, samt markedsføringsmateriale fra alternativmessen.

Under kontrollaksjonen registrerte Forbrukerombudet markedsføring av alternativ behandling fra Salong Orakelet Beate Basma som ikke er i tråd med alternativlovens og forskriftens krav. En kopi av markedsføringen følger vedlagt.
./.

Vi vil i det følgende redegjøre for de rettslige kravene som stilles ved markedsføring av alternativ behandling, og vår vurdering av den aktuelle markedsføringen fra Salong Orakelet Beate Basma.

3. Rettslige krav ved markedsføring av alternativ behandling

3.1 Utgangpunkt

Kravene i forskriftens § 2 gjelder annonsering og markedsføring av enhver art og i ethvert medium, jf. forskriftens § 3.

Markedsføringen skal vurderes ut fra det umiddelbare inntrykket den antas å gi den jevne forbruker, jf. forskriftens § 4. Det vil si at det ikke har betydning hva markedsføringen var ment å formidle. Det avgjørende er hvordan den jevne forbruker oppfatter budskapet i markedsføringen ut fra en helhetsvurdering av tekst, bilder/illustrasjoner og utforming.

3.2 Hovedregel

Alternativlovens § 8 fjerde ledd og forskriftens § 2 første ledd fastslår at den som tilbyr alternativ behandling skal gi *"en nøktern og saklig beskrivelse av virksomhetens art"*.

³ Se punkt 12 «helse» i Forbrukerombudets virksomhetsplan på www.forbrukerombudet.no.

Kravet om at markedsføringen må være "nøktern" innebærer særlig at den ikke må inneholde opplysninger som kan villedе forbrukerne. Eksempelvis ved å unnlate å opplyse om uheldige skader av behandlingen.

Kravet om saklighet medfører særlig at markedsføringen ikke må utformes slik at den på en utilbørlig måte undergraver eller svekker tilliten til den ordinære helsetjeneste, til helsepersonell eller andre former for alternativ behandling eller behandlere. Eksempelvis å markedsføre sine egne behandlingsmetoder som de eneste kvalifiserte på sitt felt.

Med *begrepet "virksomhetens art"* menes i tillegg til opplysninger av mer forretningsmessig karakter, også opplysninger om de ulike behandlingsformer som utøveren tilbyr, hva disse går ut på og hvordan disse gjennomføres, samt en nøktern beskrivelse av hvilke tilstander de brukes ved.

3.3 Forbud mot bruk av effektpåstander

I forskriftens § 2 annet ledd er det presisert og utdypet hva slags opplysninger eller påstander som *ikke* kan benyttes i markedsføring av alternativ behandling.

Bestemmelsen slår fast at det i markedsføring av alternativ behandling ikke kan benyttes: *"påstander om at en behandlingsform har virkning mot konkrete sykdommer eller lidelser eller på andre måter utformer markedsføringen slik at den gir dette inntrykket."*

Dette er i realiteten et forbud mot bruk av effektpåstander ved markedsføring av alternativ behandling.

Formålet med bestemmelsen er å hindre at det benyttes uriktige eller udokumenterte påstander om eksempelvis hva den markedsførte alternative behandlingen eller behandlingsformen kan hjelpe mot, hvor stor bedring som kan påregnes og hvor stor sannsynlighet det er for at behandlingen kan ha effekt.

Påstander om behandlingseffekt krever som utgangspunkt at tilbyder må kunne fremlegge anerkjent forskningsmaterialer som kan dokumentere disse påstandene. Tilbydere av alternativ behandling kan ikke oppfylle dette kravet og slike påstander er derfor forbudt.

En tommelfingerregel er:

Jo mer konkrete tilstander (sykdommer eller lidelser) som angis i markedsføringen, desto mer forsiktig må man være med å omtale hva som kan oppnås ved behandlingen.

3.3.1 Beskrivelse av hva som kan oppnås ved behandlingen

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

Det er derfor viktig å utvise aktsomhet dersom man beskriver hva som kan oppnås ved behandlingen i markedsføring.

For en nærmere redegjørelse av hvilke beskrivelse av effekt/virkning som ikke er tillatt og hvilke som kan være tillatt, viser vi til de vedlagte retningslinjer punkt 4.3.1.

3.3.2 *Beskrivelse av tilstander*

I lys av at det er forbudt å fremsette påstander om at en alternativ behandling eller behandlingsform har virkning mot konkrete sykdommer eller lidelser, er det viktig å vise aktsomhet ved beskrivelsen av hvilke tilstander behandlingen kan benyttes ved.

For en nærmere redegjørelse av hvilke beskrivelser av tilstander som er tillatt og ikke, viser vi til retningslinjene punkt 4.3.2.

3.3.3 *Bruk av kilder*

Bruk av autoritative kilder vil lett oppfattes som en påstand om at behandlingen har effekt og er derfor som hovedregel ikke tillatt, jf. forskriftens § 2 annet ledd.

Eksempler er vitenskapelige studier eller forskning som omhandler behandleren eller den enkelte behandlingsform. Tilsvarende gjelder uttalelser, anbefalinger eller konklusjoner fra fagtidsskrifter, forskningsinstitusjoner og lignende. Uttalelser hvor helsepersonell går god for en alternativ behandlingsform vil lett kunne gi inntrykk av at behandlingsformen har effekt og er ikke tillatt å bruke i markedsføringen.

Uttalelser fra fornøyde kunder, brukerundersøkelser og lignende kan heller ikke benyttes i markedsføringen. Forbudet gjelder også for henvisninger til artikler i ukeblad, dagspresse, blogger etc.

Det skal ikke være mulig å omgå forbudet mot effektpåstander ved å henvise til kilder som ligger utenfor den enkelte utøvers markedsføring. Lenker til andre internettsider vil som hovedregel bli ansett som en del av behandlerens markedsføring. Det bør således utvises aktsomhet ved bruk av slike lenker.

3.4 **Forbud mot markedsføring av behandling av sykdommer og lidelser som alternative behandlere ikke har lov til å behandle jf. alternativloven §§ 5-7**

Forskriftens § 2 tredje ledd fastslår at den som tilbyr alternativ behandling ikke kan markedsføre behandlingsformer eller behandling av sykdommer eller lidelser som man etter alternativlovens §§ 5-7 mv. ikke har lov til å behandle.

I praksis innebærer dette et forbud mot markedsføring av medisinske inngrep eller behandling som kan medføre alvorlig helserisiko, behandling av allmennfarlige smittsomme sykdommer og av såkalte alvorlige sykdommer og lidelser.⁴

⁴ Henvisning til liste finnes her: jf. Helsetilsynet

4. Forbrukerombudets vurdering av markedsføringen av alternativ behandling fra Salong Orakelet Beate Basma

4.1 Markedsføring av effektpåstander

4.1.1 Bruk av kilder

Forbrukerombudet registrerte under vår kontrollaksjon 13. februar 2014 markedsføring av alternativ behandling fra deg i på din nettside www.healer-beate-basma.com.

På nettsiden har du en link til takkebrev fra mennesker som du har utført behandlinger på. Takkebrevene beskriver hvilken effekt som har blitt oppnådd med din behandling. En forbruker vil derfor kunne forvente å oppnå det samme dersom vedkommende skulle få tilsvarende behandling.

Beskrivelsene av effekten av den alternative behandlingen er knyttet til konkrete sykdommer og lidelser. Blant annet hevdes det at behandlingen vil ha en virkning mot følgende konkrete sykdommer, diagnoser og lidelser:

- Bekkenløsning
- Fotvorter
- Psoriasis
- Psykosomatisk epilepsi

Forbrukerombudets vurdering er at markedsføringen gir den jevne forbruker et klart inntrykk av kildene du henviser til lett oppfattes som påstander om at den alternative behandlingen eller behandlingsformen som du tilbyr har en effekt på konkrete sykdommer slik som bekkenløsning, fotvorter, psoriasis og psykosomatisk epilepsi.

Markedsføringen er derfor i strid med forbudet mot bruk av kilder i alternativloven § 8 fjerde ledd jf. forskriften § 2 annet ledd og dermed ulovlig.

Forbrukerombudet ber derfor om at du umiddelbart endrer markedsføringen slik at den er i tråd med forskriften, herunder fjerner de aktuelle effektpåstandene.

5. Krav om innrettelse

Forbrukerombudet ber om at Salong Orakelet Beate Basma umiddelbart gjennomgår sin markedsføring i alle medier og gjør de endringer som er nødvendige for at markedsføringen skal være i tråd med kravene som følger av alternativloven, forskriften og Forbrukerombudets retningslinjer.

Ta gjerne kontakt med Forbrukerombudet på e-post postmottak@forbrukerombudet.no eller telefonnummer 23400600 dersom du har noen spørsmål i denne forbindelse.

6. Avslutning

Ettersom dette er vår første henvendelse til dere vedrørende overtredelse av alternativloven og forskriften vil saken med dette bli avsluttet fra vår side.

Dersom vi ikke hører noe fra du, legger vi til grunn at du vil innrette din fremtidige markedsføring slik at den er i tråd med gjeldende lover og regler.

Er dere uenig i faktum eller vår vurdering, eller ønsker ytterligere opplysninger, regner vi med å høre fra deg så **snart som mulig og senest innen 3 uker**.

Forbrukerombudet tar forbehold om å vektlegge denne saken ved en eventuell senere oppfølging av Salong Orakelet Beate Basma markedsføring av alternativ behandling.

Vi gjør oppmerksom på at markedsføringsloven § 40 jf. § 39 jf. § 34 gir Forbrukerombudet og Markedsrådet hjemmel til å legge ned forbud mot handlinger i strid med markedsføringsloven kapittel 1 til 5. I forbindelse med at det fattes forbudsvedtak skal det som hovedregel fastsettes en tvangsmulkt etter § 42.

Med vennlig hilsen
for Forbrukerombudet

Tor Asbjørn Tingulstad Hem
jurist

Vedlegg:

- Kopi av markedsføring
- Utskrift av Lov om alternativ behandling (LOV 2003-06-27)
- Utskrift av Forskrift om markedsføring av alternativ behandling av sykdom (FOR 2003-12-11)
- Forbrukerombudet retningslinjer for markedsføring av alternativ behandling



FORBRUKEROMBUDET

Biontologiklinikken Reino Nordin
Skedsmo senter, Furuveien 11

2020 SKEDSMOKORSET

Deres ref.

Vår ref.
Sak nr: 14/644-1
Saksbehandler:
Dir.tlf:

Dato: 03.04.14

Kontrollaksjon - Markedsføring av alternativ behandling

1. Innledning

Forbrukerombudet fører tilsyn med at de næringsdrivendes markedsføring, handelspraksis og avtalevilkår i forbrukerforhold er i samsvar med markedsføringsloven (mfl.). Les loven på: www.forbrukerombudet.no

Forbrukerombudet skal, også ut fra hensynet til forbrukerne, føre tilsyn med at markedsføring fra tilbydere av alternativ behandling er i samsvar med lov om alternativ behandling av sykdom (**alternativloven**)¹ og tilhørende forskrift om markedsføring av alternativ behandling av sykdom (**forskriften**).²

Forbrukerombudet har utarbeidet retningslinjer som tar sikte på å gi en enkel oversikt over hvilke krav forskriften stiller ved markedsføring av alternativ behandling.
./ En kopi av retningslinjene følger vedlagt.

Tilbudet av alternativ behandling er stort, med over 200 ulike behandlingsformer. Bruken av alternativ behandling har hatt en kraftig økning de siste årene. I følge undersøkelser har en tredjedel av den voksne befolkningen i Norge benyttet seg av alternativ behandling. I 2012 brukte nordmenn ca. 4 milliarder kroner på alternativ behandling. Dette viser at nordmenn ønsker å bruke alternativ behandling.

Regelverket for markedsføring av alternativ behandling er strengt. All alternativ behandling har det til felles at effekten av behandlingsformene ikke er dokumentert. Derfor er det blant annet ikke lov å benytte effektpåstander i markedsføringen. Bruk av effektpåstander i markedsføring kan føre til at forbrukerne får urealistiske forhåpninger om at en behandling uten dokumentert effekt skal kunne hjelpe dem.

Enkelte brukere av alternativ behandling er forbrukere i en potensielt sårbar posisjon; kronisk syke, personer uten klare diagnoser, personer som venter i helsekø osv. Alternativ behandling kan også ha økonomiske konsekvenser for forbrukerne fordi behandlingen ofte er kostbar.

I lys av det ovennevnte er Forbrukerombudets standpunkt at det er viktig ut fra hensynet til forbrukerne å håndheve de strenge reglene for markedsføring av alternativ behandling.

¹ Lov av 27. juni 2003 nr. 64

² Forskrift av 11. desember 2003, gitt i medhold av alternativloven § 8 femte ledd

2. Forbrukerombudets og Statens helsetilsynets kontrollaksjon 13. mars 2014

Forbrukerombudet har de siste årene gjennomført flere kontrollaksjoner der vi har undersøkt markedsføringen til et større antall tilbydere av alternativ behandling.

Ett av punktene på Forbrukerombudets virksomhetsplan for 2014 er å gjennomføre en ny kontrollaksjon på markedsføring av alternativ behandling med særlig fokus på bruk av påstander om at alternativ behandling har virkning på konkrete alvorlige sykdommer og lidelser – såkalte effektpåstander.³

I samarbeid med Statens helsetilsynet gjennomførte Forbrukerombudet den planlagte kontrollaksjonen 13. mars 2014.

Statens Helsetilsyn fokuserte i sine undersøkelser hovedsakelig på om autorisert helsepersonell som tilbyr alternativ behandling fulgte kravene for markedsføring i helsepersonellovens § 13. Bestemmelsen fastslår at markedsføring av helse- og omsorgstjenester skal være forsvarlig, nøktern og saklig.

Forbrukerombudet konsentrerte sine undersøkelser til om markedsføringen var i tråd med alternativlovens § 8 fjerde ledd og forskriftens § 2. Se beskrivelse under punkt 3.

Forbrukerombudet undersøkte markedsføring av alternativ behandling på internett og i aviser, og markedsføring til aktører vi tidligere har hatt saker mot, samt alle klager og tips vi har mottatt i 2013 og hittil i 2014. Totalt kontrollerte Forbrukerombudet og Statens helsetilsyn markedsføring fra 230 tilbydere av alternativ behandling funnet på deres nettsider, samt markedsføringsmateriale fra alternativmessen.

Under kontrollaksjonen registrerte Forbrukerombudet markedsføring av alternativ behandling fra Biontologiklinikken Reino Nordin som ikke er i tråd med alternativlovens og forskriftens krav. En kopi av markedsføringen følger vedlagt.
./.

Vi vil i det følgende redegjøre for de rettslige kravene som stilles ved markedsføring av alternativ behandling, og vår vurdering av den aktuelle markedsføringen fra Biontologiklinikken Reino Nordin.

3. Rettslige krav ved markedsføring av alternativ behandling

3.1 Utgangspunkt

Kravene i forskriftens § 2 gjelder annonsering og markedsføring av enhver art og i ethvert medium, jf. forskriftens § 3.

Markedsføringen skal vurderes ut fra det umiddelbare inntrykket den antas å gi den jevne forbruker, jf. forskriftens § 4. Det vil si at det ikke har betydning hva markedsføringen var ment å formidle. Det avgjørende er hvordan den jevne forbruker oppfatter budskapet i markedsføringen ut fra en helhetsvurdering av tekst, bilder/illustrasjoner og utforming.

3.2 Hovedregel

³ Se punkt 12 «helse» i Forbrukerombudets virksomhetsplan på www.forbrukerombudet.no.

Alternativlovens § 8 fjerde ledd og forskriftens § 2 første ledd fastslår at den som tilbyr alternativ behandling skal gi *"en nøktern og saklig beskrivelse av virksomhetens art"*.

Kravet om at markedsføringen må være *"nøktern"* innebærer særlig at den ikke må inneholde opplysninger som kan villede forbrukerne. Eksempelvis ved å unnlate å opplyse om uheldige skader av behandlingen.

Kravet om saklighet medfører særlig at markedsføringen ikke må utformes slik at den på en utilbørlig måte undergraver eller svekker tilliten til den ordinære helsetjeneste, til helsepersonell eller andre former for alternativ behandling eller behandlere. Eksempelvis å markedsføre sine egne behandlingsmetoder som de eneste kvalifiserte på sitt felt.

Med begrepet *"virksomhetens art"* menes i tillegg til opplysninger av mer forretningsmessig karakter, også opplysninger om de ulike behandlingsformer som utøveren tilbyr, hva disse går ut på og hvordan disse gjennomføres, samt en nøktern beskrivelse av hvilke tilstander de brukes ved.

3.3 Forbud mot bruk av effektpåstander

I forskriftens § 2 annet ledd er det presisert og utdypet hva slags opplysninger eller påstander som *ikke* kan benyttes i markedsføring av alternativ behandling.

Bestemmelsen slår fast at det i markedsføring av alternativ behandling ikke kan benyttes: *"påstander om at en behandlingsform har virkning mot konkrete sykdommer eller lidelser eller på andre måter utformer markedsføringen slik at den gir dette inntrykket."*

Dette er i realiteten et forbud mot bruk av effektpåstander ved markedsføring av alternativ behandling.

Formålet med bestemmelsen er å hindre at det benyttes uriktige eller udokumenterte påstander om eksempelvis hva den markedsførte alternative behandlingen eller behandlingsformen kan hjelpe mot, hvor stor bedring som kan påregnes og hvor stor sannsynlighet det er for at behandlingen kan ha effekt.

Påstander om behandlingseffekt krever som utgangspunkt at tilbyder må kunne fremlegge anerkjent forskningsmaterialer som kan dokumentere disse påstandene. Tilbydere av alternativ behandling kan ikke oppfylle dette kravet og slike påstander er derfor forbudt.

En tommelfingerregel er:

Jo mer konkrete tilstander (sykdommer eller lidelser) som angis i markedsføringen, desto mer forsiktig må man være med å omtale hva som kan oppnås ved behandlingen.

3.3.1 Beskrivelse av hva som kan oppnås ved behandlingen

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

Det er derfor viktig å utvise aktsomhet dersom man beskriver hva som kan oppnås ved behandlingen i markedsføring.

For en nærmere redegjørelse av hvilke beskrivelse av effekt/virkning som ikke er tillatt og hvilke som kan være tillatt, viser vi til de vedlagte retningslinjer punkt 4.3.1.

3.3.2 *Beskrivelse av tilstander*

I lys av at det er forbudt å fremsette påstander om at en alternativ behandling eller behandlingsform har virkning mot konkrete sykdommer eller lidelser, er det viktig å vise aktsomhet ved beskrivelsen av hvilke tilstander behandlingen kan benyttes ved.

For en nærmere redegjørelse av hvilke beskrivelser av tilstander som er tillatt og ikke, viser vi til retningslinjene punkt 4.3.2.

3.3.3 *Bruk av kilder*

Bruk av autoritative kilder vil lett oppfattes som en påstand om at behandlingen har effekt og er derfor som hovedregel ikke tillatt, jf. forskriftens § 2 annet ledd.

Eksempler er vitenskapelige studier eller forskning som omhandler behandleren eller den enkelte behandlingsform. Tilsvarende gjelder uttalelser, anbefalinger eller konklusjoner fra fagtidsskrifter, forskningsinstitusjoner og lignende. Uttalelser hvor helsepersonell går god for en alternativ behandlingsform vil lett kunne gi inntrykk av at behandlingsformen har effekt og er ikke tillatt å bruke i markedsføringen.

Uttalelser fra fornøyde kunder, brukerundersøkelser og lignende kan heller ikke benyttes i markedsføringen. Forbudet gjelder også for henvisninger til artikler i ukeblad, dagspresse, blogger etc.

Det skal ikke være mulig å omgå forbudet mot effektpåstander ved å henvise til kilder som ligger utenfor den enkelte utøvers markedsføring. Lenker til andre internettsider vil som hovedregel bli ansett som en del av behandlerens markedsføring. Det bør således utvises aktsomhet ved bruk av slike lenker.

3.4 **Forbud mot markedsføring av behandling av sykdommer og lidelser som alternative behandlere ikke har lov til å behandle jf. alternativloven §§ 5-7**

Forskriftens § 2 tredje ledd fastslår at den som tilbyr alternativ behandling ikke kan markedsføre behandlingsformer eller behandling av sykdommer eller lidelser som man etter alternativlovens §§ 5-7 mv. ikke har lov til å behandle.

I praksis innebærer dette et forbud mot markedsføring av medisinske inngrep eller behandling som kan medføre alvorlig helserisiko, behandling av allmennfarlige smittsomme sykdommer og av såkalte alvorlige sykdommer og lidelser.⁴

⁴ Henvisning til liste finnes her: jf. Helsetilsynet

4. Forbrukerombudets vurdering av markedsføringen av alternativ behandling fra Biontologiklinikken Reino Nordin

4.1 Markedsføring av effektpåstander

Forbrukerombudet registrerte under vår kontrollaksjon 13. februar 2014 markedsføring av alternativ behandling fra deg 13. mars 2014 på nettsiden www.biontologiklinikken.no.

I markedsføringen brukes det følgende beskrivelser av hva forbrukerne kan forvente å oppnå ved den alternative behandlingen eller behandlingsformen som du tilbyr:

«Biontologi har også vist positiv effekt på ME, også kjent som kronisk utmattelsessyndrom, fordøyelsesbesvær, migræne og andre alvorlige tilstander.»

Beskrivelsene av effekten av de alternative behandlingsformene er knyttet til andre konkrete sykdommer og lidelser. Blant annet hevdes det at følgende konkrete sykdommer, diagnoser og lidelser behandles:

- Wiplash
- Urinveisinfeksjon
- Kolikk
- Mononukleose
- Borelia
- Allergi og eksem
- Astma og bronkitt

Forbrukerombudets vurdering er at markedsføringen gir den jevne forbruker et klart inntrykk av at den alternative behandlingen eller behandlingsformen/e tilbyr har en effekt på ME og de ovenfor opplistede sykdommer, lidelser og diagnoser.

Markedsføringen er i strid med forbudet mot bruk av effektpåstander i alternativloven § 8 fjerde ledd jf. forskriften § 2 annet ledd og dermed ulovlig.

Forbrukerombudet ber derfor om at Biontologiklinikken Reino Nordin umiddelbart endrer markedsføringen slik at den er i tråd med forskriften, herunder fjerner de aktuelle effektpåstandene.

4.2 Bruk av kilder i markedsføring

Under fanen «Hvem er jeg» på nettsiden fortelles det om din kone og sønn og deres resultatgivende biontologibehandling. Det henvises også til artikkel i Hjemmet nr. 8/2009. I artikkelen det vist til kilder som forteller om virkningen av behandlingen, herunder ved et innlegg av Jan Ronny Kullebund.

Forbrukerombudets vurdering er at den jevne forbruker vil oppfatte henvisingen til artikkelen og behandlingen av din kone, slik at den markedsførte behandlingen som Biontologiklinikken tilbyr har effekt på en konkret sykdom, i dette tilfellet kurerer ME.

Markedsføringen er i strid med forbudet mot bruk av effektpåstander i alternativloven § 8 fjerde ledd jf. forskriften § 2 annet ledd og dermed ulovlig.

Forbrukerombudet ber om at du umiddelbart endrer markedsføringen slik at den er i tråd med forskriften, herunder fjerner de aktuelle kildehenvisningene.

4.3 Markedsføring av behandling av sykdommer og lidelser som alternative behandlere ikke har lov til å behandle jf. alternativloven § 5-7

Biontologiklinikken markedsfører behandling av ME. Dette fremkommer også av artikkelen i Hjemmet nr. 8/2009.

ME anses som en alvorlig sykdom og behandling av denne skal derfor kun gjøres av helsepersonell, jf. alternativ lovens § 5-7. Som alternativ behandler har du ikke lov å behandle denne sykdommen.

Markedsføringen er i strid med forbudet i forskriftens § 2, tredje ledd mot markedsføring av behandlingsformer og behandling av sykdommer og lidelser som alternative behandlere ikke har lov til å utøve eller behandle.

Forbrukerombudet ber om at Biontologiklinikken umiddelbart fjerner den aktuelle markedsføringen fra samtlige medier og avstår fra denne typen markedsføring i fremtiden.

5. Krav om innrettelse

Forbrukerombudet ber om at Biontologiklinikken Reino Nordin umiddelbart gjennomgår sin markedsføring i alle medier og gjør de endringer som er nødvendige for at markedsføringen skal være i tråd med kravene som følger av alternativloven, forskriften og Forbrukerombudets retningslinjer.

Ta gjerne kontakt med Forbrukerombudet på e-post postmottak@forbrukerombudet.no eller telefonnummer 23 400 600 dersom du har noen spørsmål i denne forbindelse.

6. Avslutning

Ettersom dette er vår første henvendelse til dere vedrørende overtredelse av alternativloven og forskriften vil saken med dette bli avsluttet fra vår side.

Dersom vi ikke hører noe fra deg, legger vi til grunn at du vil innrette din fremtidige markedsføring slik at den er i tråd med gjeldende lover og regler.

Er dere uenig i faktum eller vår vurdering, eller ønsker ytterligere opplysninger, regner vi med å høre fra deg så **snart som mulig og senest innen 3 uker**.

Forbrukerombudet tar forbehold om å vektlegge denne saken ved en eventuell senere oppfølging av Biontologiklinikken Reino Nordin sin markedsføring av alternativ behandling.

Vi gjør oppmerksom på at markedsføringsloven § 40 jf. § 39 jf. § 34 gir Forbrukerombudet og Markedsrådet hjemmel til å legge ned forbud mot handlinger i strid med markedsføringsloven kapittel 1 til 5. I forbindelse med at det fattes forbudsvedtak skal det som hovedregel fastsettes en tvangsmulkt etter § 42.

Med vennlig hilsen
for Forbrukerombudet

Tor Asbjørn Tingulstad Hem
Jurist

Vedlegg:

- Kopi av markedsføring
- Utskrift av Lov om alternativ behandling (LOV 2003-06-27)
- Utskrift av Forskrift om markedsføring av alternativ behandling av sykdom (FOR 2003-12-11)
- Forbrukerombudet retningslinjer for markedsføring av alternativ behandling



FORBRUKEROMBUDET

Energetic AS
c/o Andre Løvstam Heimdalsveien 15
1358 JAR

Deres ref.

Vår ref.
Sak nr: 14/637-2
Saksbehandler: Hanne Winther Martinusen
Dir.tlf:

Dato:
18.03.2014

Kontrollaksjon - markedsføring av alternativ behandling

1. Innledning

Forbrukerombudet fører tilsyn med at de næringsdrivendes markedsføring, handelspraksis og avtalevilkår i forbrukerforhold er i samsvar med markedsføringsloven (mfl.). Les loven på: www.forbrukerombudet.no

Forbrukerombudet skal, også ut fra hensynet til forbrukerne, føre tilsyn med at markedsføring fra tilbydere av alternativ behandling er i samsvar med lov om alternativ behandling av sykdom (**alternativloven**)¹ og tilhørende forskrift om markedsføring av alternativ behandling av sykdom (**forskriften**).²

Forbrukerombudet har utarbeidet retningslinjer som tar sikte på å gi en enkel oversikt over hvilke krav forskriften stiller ved markedsføring av alternativ behandling.

./ En kopi av retningslinjene følger vedlagt.

Tilbudet av alternativ behandling er stort, med over 200 ulike behandlingsformer. Bruken av alternativ behandling har hatt en kraftig økning de siste årene. I følge undersøkelser har en tredjedel av den voksne befolkningen i Norge benyttet seg av alternativ behandling. I 2012 brukte nordmenn ca. 4 milliarder kroner på alternativ behandling. Dette viser at nordmenn ønsker å bruke alternativ behandling.

Regelverket for markedsføring av alternativ behandling er strengt. All alternativ behandling har det til felles at effekten av behandlingsformene ikke er dokumentert. Derfor er det blant annet ikke lov å benytte effektpåstander i markedsføringen. Bruk av effektpåstander i markedsføring kan føre til at forbrukerne får urealistiske forhåpninger om at en behandling uten dokumentert effekt skal kunne hjelpe dem.

Enkelte brukere av alternativ behandling er forbrukere i en potensielt sårbar posisjon; kronisk syke, personer uten klare diagnoser, personer som venter i helsekø osv. Alternativ behandling kan også ha økonomiske konsekvenser for forbrukerne fordi behandlingen ofte er kostbar.

I lys av det ovennevnte er Forbrukerombudets standpunkt at det er viktig ut fra hensynet til forbrukerne å håndheve de strenge reglene for markedsføring av alternativ behandling.

¹ Lov av 27. juni 2003 nr. 64

² Forskrift av 11. desember 2003, gitt i medhold av alternativloven § 8 femte ledd

2. Forbrukerombudets og Statens helsetilsynets kontrollaksjon 13. mars 2014

Forbrukerombudet har de siste årene gjennomført flere kontrollaksjoner der vi har undersøkt markedsføringen til et større antall tilbydere av alternativ behandling.

Ett av punktene på Forbrukerombudets virksomhetsplan for 2014 er å gjennomføre en ny kontrollaksjon på markedsføring av alternativ behandling med særlig fokus på bruk av påstander om at alternativ behandling har virkning på konkrete alvorlige sykdommer og lidelser – såkalte effektpåstander.³

I samarbeid med Statens helsetilsynet gjennomførte Forbrukerombudet den planlagte kontrollaksjonen 13. mars 2014.

Statens Helsetilsyn fokuserte i sine undersøkelser hovedsakelig på om autorisert helsepersonell som tilbyr alternativ behandling fulgte kravene for markedsføring i helsepersonellovens § 13. Bestemmelsen fastslår at markedsføring av helse- og omsorgstjenester skal være forsvarlig, nøktern og saklig.

Forbrukerombudet konsentrerte sine undersøkelser til om markedsføringen var i tråd med alternativlovens § 8 fjerde ledd og forskriftens § 2. Se beskrivelse under punkt 3.

Forbrukerombudet undersøkte markedsføring av alternativ behandling på internett og i aviser, og markedsføring til aktører vi tidligere har hatt saker mot, samt alle klager og tips vi har mottatt i 2013 og hittil i 2014. Totalt kontrollerte Forbrukerombudet og Statens helsetilsyn markedsføring på ca 250 nettsider.

Under kontrollaksjonen registrerte Forbrukerombudet markedsføring av alternativ behandling fra Energetic AS som ikke er i tråd med alternativlovens og forskriftens krav. En kopi av markedsføringen følger vedlagt.

Vi vil i det følgende redegjøre for de rettslige kravene som stilles ved markedsføring av alternativ behandling, og vår vurdering av den aktuelle markedsføringen fra Energetic AS.

3. Rettslige krav ved markedsføring av alternativ behandling

3.1 Utgangspunkt

Kravene i forskriftens § 2 gjelder annonsering og markedsføring av enhver art og i ethvert medium, jf. forskriftens § 3.

Markedsføringen skal vurderes ut fra det umiddelbare inntrykket den antas å gi den jevne forbruker, jf. forskriftens § 4. Det vil si at det ikke har betydning hva markedsføringen var ment å formidle. Det avgjørende er hvordan den jevne forbruker oppfatter budskapet i markedsføringen ut fra en helhetsvurdering av tekst, bilder/illustrasjoner og utforming.

3.2 Hovedregel

Alternativlovens § 8 fjerde ledd og forskriftens § 2 første ledd fastslår at den som tilbyr alternativ behandling skal gi *"en nøktern og saklig beskrivelse av virksomhetens art"*.

³ Se punkt 12 «helse» i Forbrukerombudets virksomhetsplan på www.forbrukerombudet.no.

Kravet om at markedsføringen må være "nøktern" innebærer særlig at den ikke må inneholde opplysninger som kan villedе forbrukerne. Eksempelvis ved å unnlate å opplyse om uheldige skader av behandlingen.

Kravet om saklighet medfører særlig at markedsføringen ikke må utformes slik at den på en utilbørlig måte undergraver eller svekker tilliten til den ordinære helsetjeneste, til helsepersonell eller andre former for alternativ behandling eller behandlere. Eksempelvis å markedsføre sine egne behandlingsmetoder som de eneste kvalifiserte på sitt felt.

Med begrepet "virksomhetens art" menes i tillegg til opplysninger av mer forretningsmessig karakter, også opplysninger om de ulike behandlingsformer som utøveren tilbyr, hva disse går ut på og hvordan disse gjennomføres, samt en nøktern beskrivelse av hvilke tilstander de brukes ved.

3.3 Forbud mot bruk av effektpåstander

I forskriftens § 2 annet ledd er det presisert og utdypet hva slags opplysninger eller påstander som *ikke* kan benyttes i markedsføring av alternativ behandling.

Bestemmelsen slår fast at det i markedsføring av alternativ behandling ikke kan benyttes: "påstander om at en behandlingsform har virkning mot konkrete sykdommer eller lidelser eller på andre måter utformer markedsføringen slik at den gir dette inntrykket."

Dette er i realiteten et forbud mot bruk av effektpåstander ved markedsføring av alternativ behandling.

Formålet med bestemmelsen er å hindre at det benyttes uriktige eller udokumenterte påstander om eksempelvis hva den markedsførte alternative behandlingen eller behandlingsformen kan hjelpe mot, hvor stor bedring som kan påregnes og hvor stor sannsynlighet det er for at behandlingen kan ha effekt.

Påstander om behandlingseffekt krever som utgangspunkt at tilbyder må kunne fremlegge anerkjent forskningsmaterialer som kan dokumentere disse påstandene. Tilbydere av alternativ behandling kan ikke oppfylle dette kravet og slike påstander er derfor forbudt.

En tommelfingerregel er:

Jo mer konkrete tilstander (sykdommer eller lidelser) som angis i markedsføringen, desto mer forsiktig må man være med å omtale hva som kan oppnås ved behandlingen.

3.3.1 Beskrivelse av hva som kan oppnås ved behandlingen

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

Det er derfor viktig å utvise aktsomhet dersom man beskriver hva som kan oppnås ved behandlingen i markedsføring.

For en nærmere redegjørelse av hvilke beskrivelse av effekt/virkning som ikke er tillatt og hvilke som kan være tillatt, viser vi til de vedlagte retningslinjer punkt 4.3.1.

3.3.2 *Beskrivelse av tilstander*

I lys av at det er forbudt å fremsette påstander om at en alternativ behandling eller behandlingsform har virkning mot konkrete sykdommer eller lidelser, er det viktig å vise aktsomhet ved beskrivelsen av hvilke tilstander behandlingen kan benyttes ved.

For en nærmere redegjørelse av hvilke beskrivelser av tilstander som er tillatt og ikke, viser vi til retningslinjene punkt 4.3.2.

3.3.3 *Bruk av kilder*

Bruk av autoritative kilder vil lett oppfattes som en påstand om at behandlingen har effekt og er derfor som hovedregel ikke tillatt, jf. forskriftens § 2 annet ledd.

Eksempler er vitenskapelige studier eller forskning som omhandler behandleren eller den enkelte behandlingsform. Tilsvarende gjelder uttalelser, anbefalinger eller konklusjoner fra fagtidsskrifter, forskningsinstitusjoner og lignende. Uttalelser hvor helsepersonell går god for en alternativ behandlingsform vil lett kunne gi inntrykk av at behandlingsformen har effekt og er ikke tillatt å bruke i markedsføringen.

Uttalelser fra fornøyde kunder, brukerundersøkelser og lignende kan heller ikke benyttes i markedsføringen. Forbudet gjelder også for henvisninger til artikler i ukeblad, dagspresse, blogger etc.

Det skal ikke være mulig å omgå forbudet mot effektpåstander ved å henvise til kilder som ligger utenfor den enkelte utøvers markedsføring. Lenker til andre nettsider vil som hovedregel bli ansett som en del av behandlerens markedsføring. Det bør således utvises aktsomhet ved bruk av slike lenker.

3.4 **Forbud mot markedsføring av behandling av sykdommer og lidelser som alternative behandlere ikke har lov til å behandle jf. alternativloven § 5-7**

Forskriftens § 2 tredje ledd fastslår at den som tilbyr alternativ behandling ikke kan markedsføre behandlingsformer eller behandling av sykdommer eller lidelser som man etter alternativlovens § 5-7 mv. ikke har lov til å behandle.

I praksis innebærer dette et forbud mot markedsføring av medisinske inngrep eller behandling som kan medføre alvorlig helserisiko, behandling av allmennfarlige smittsomme sykdommer og av såkalte alvorlige sykdommer og lidelser.

4. **Forbrukerombudets vurdering av markedsføringen av alternativ behandling fra Energetic AS**

4.1 **Bruk av effektpåstander**

Forbrukerombudet registrerte under vår kontrollaksjon 13. februar 2014 markedsføring av alternativ behandling fra Energetic AS på nettsiden www.clincenergetic.no der det fremsettes effektpåstander.

Under fanen "Refleksologi" heter det i markedsføring av denne behandlingsformen at:

"Hva kan behandles med refleksologi:

- (...)
- Oppretting av benlengdeforskjell

- *Migrene og hodepine*
- *Betennelser*
- *Allergi og astma*
- *Hormonubalanser og overgangsalder*
- *Stoffskifte*
- *(...)*
- *Immunforsvar - generell styrking*
- *Forkjølelse, bihuler, kyssesyke*
- *Hjerteflimmer*
- *(...)*
- *Fertilitet*
- *(...)"*

Forbrukerombudets vurdering er at markedsføringen gir den jevne forbruker et klart inntrykk av at refleksologi har en effekt på de opplistede sykdommene, lidelsene og diagnosene.

Markedsføringen er i strid med forbudet mot bruk av effektpåstander i alternativloven § 8 fjerde ledd jf. forskriften § 2 annet ledd og dermed ulovlig.

Forbrukerombudet ber derfor om at Energetic AS umiddelbart endrer markedsføringen slik at den er i tråd med forskriften, herunder fjerner de aktuelle effektpåstandene.

4.2 Bruk av kilder i markedsføring

På nettsiden www.clinicenergetic.no er det under fanen "Referanse" en rekke historier fra fornøyde kunder. Blant annet er det en uttalelse fra Herman Land som har pollenallergi har opplevd en klar bedring. I tillegg uttaler Nina Marcussen og Tom Bjørvik som har migrene at de etter å ha mottatt behandlinger ikke lenger har migreaneanfall.

Forbrukerombudets vurdering er at den jevne forbruker vil kundehistoriene slik at refleksologi har effekt på konkrete sykdommer, diagnoser og lidelser, som migrene og pollenallergi. Markedsføringen er i strid med forbudet mot bruk av effektpåstander i alternativloven § 8 fjerde ledd jf. forskriften § 2 annet ledd og dermed ulovlig.

Forbrukerombudet ber om at Energetic AS umiddelbart endrer markedsføringen slik at den er i tråd med forskriften, herunder fjerner de aktuelle kildehenvisningene.

5. Krav om innrettelse

Forbrukerombudet ber om at Energetic AS umiddelbart gjennomgår sin markedsføring i alle medier og gjør de endringer som er nødvendige for at markedsføringen skal være i tråd med kravene som følger av alternativloven, forskriften og Forbrukerombudets retningslinjer.

6. Avslutning

Ettersom dette er vår første henvendelse til dere vedrørende overtredelse av alternativloven og forskriften vil saken med dette bli avsluttet fra vår side.

Dersom vi ikke hører noe fra Energetic AS legger vi til grunn at selskapet vil innrette sin fremtidig markedsføring slik at den er i tråd med gjeldende lover og regler.

Er dere uenig i faktum eller vår vurdering, eller ønsker ytterligere opplysninger, regner vi med å høre fra Energetic AS så **snart som mulig og senest innen 3 uker**.

Forbrukerombudet tar forbehold om å vektlegge denne saken ved en eventuell senere oppfølging av Energetic AS markedsføring av alternativ behandling.

Vi gjør oppmerksom på at markedsføringsloven § 40 jf. § 39 jf. § 34 gir Forbrukerombudet og Markedsrådet hjemmel til å legge ned forbud mot handlinger i strid med markedsføringsloven kapittel 1 til 5. I forbindelse med at det fattes forbudsvedtak skal det som hovedregel fastsettes en tvangsmulkt etter § 42.

Med vennlig hilsen
for Forbrukerombudet

Hanne Martinusen
Juridisk seniorrådgiver

Vedlegg:

- Kopi av markedsføring
- Utskrift av Lov om alternativ behandling (LOV 2003-06-27)
- Utskrift av Forskrift om markedsføring av alternativ behandling av sykdom (FOR 2003-12-11)
- Forbrukerombudet retningslinjer for markedsføring av alternativ behandling



FORBRUKEROMBUDET

Laserklinikken Anne Harila UK
Postboks 412
1302 SANDVIKA

Deres ref.

Vår ref.
Sak nr: 12/2156-36
Saksbehandler: Hanne Winther Martinusen
Dir.tlf:

Dato:
17.03.2014

Varsel om forbudsvedtak - brudd på lov om alternativ behandling § 8 fjerde ledd og forskrift om markedsføring av alternativ behandling § 2 annet ledd

1. Innledning

Forbrukerombudet viser til tidligere korrespondanse i saken, senest e-post fra Laserklinikken Anne Harila UK ("Laserklinikken") datert 14. januar 2013.

I e-posten bekrefter daglig leder Anne Britt Harila at Laserklinikken markedsføring skal være i tråd med de krav som følger av gjeldende regelverk for markedsføring av alternativ behandling.

Forbrukerombudet har deretter på nytt vurdert om markedsføringen på Laserklinikken hjemmeside www.laserklinikken.no og på selskapets side på Facebook www.facebook.com/#!/groups/84621934894/ er i tråd med lov om alternativ behandling av sykdom (alternativloven) og forskrift om markedsføring av alternativ behandling (forskriften).

Forbrukerombudets vurdering er at markedsføringen fremdeles er i strid med med de krav som stilles i alternativloven med tilhørende forskrift. Vi vil i det følgende redegjøre for vår vurdering.

2. Sakens bakgrunn

Forbrukerombudet gjennomførte i samarbeid med Statens helsetilsyn den 22. november 2012 en kontrollaksjon der vi undersøkte markedsføringen til over 100 aktører som tilbyr alternativ behandling.

I den forbindelse undersøkte Forbrukerombudet Laserklinikken markedsføring av alternativ behandling på selskapets hjemmeside, www.laserklinikken.no og selskapets side på Facebook. Forbrukerombudets vurdering var at markedsføringen var i strid med alternativloven med tilhørende forskrift da det ble fremsett en rekke ulovlige effektpåstander.

Forbrukerombudet sendte på denne bakgrunn den 22. januar 2013 et brev til Laserklinikken der ombudet redegjorde for regelverket og de aktuelle lovbruddene. Forbrukerombudet ba også om at selskapet endret sin markedsføring og bekreftet at det ville innrette seg innen 13. februar 2013.

Laserklinikken stilte i brev av 7. mars 2013 spørsmål om Laserklinikken behandlinger kan anses som alternativ behandling.

I brev av 11. april 2013 svarte Forbrukerombudet at ombudets vurdering er at Laserklinikken virksomhet, da avgrenset mot den del av virksomheten som gjelder skjønnhetspleie, faller inn under definisjonen av alternativ behandling i alternativlovens § 2

tredje ledd. Forbrukerombudet orienterte Laserklinikken om at ombudet hadde rådført seg med Statens helsetilsyn og Statens strålevern som deler vår vurdering.

I brev av 19. april og 6. mai 2013 stilte Laserklinikken spørsmål ved betydningen av at det var ansatt autorisert helsepersonell ved klinikkene, samt om det er forskjell på de krav som stilles til autorisert helsepersonell og alternative behandlere ved markedsføring av alternativ behandling.

Ombudet orienterte Laserklinikken 30. mai 2013 om at vi opprettholdt vårt standpunkt om at den behandling Laserklinikken tilbyr er å anse som alternativ behandling og at det fremsettes ulovlige effektpåstander i markedsføringen.

Laserklinikken ble også orientert om at ombudet i samråd med Statens helsetilsyn hadde besluttet at sistnevnte skulle vurdere, samt besvare Laserklinikkenes spørsmål vedrørende helsepersonell. Ombudet informerte om at saken ble stilt i bero hos ombudet frem til svar fra Statens helsetilsyn forelå.

Statens helsetilsyn konkluderte i brev av 4. juni 2013 med at Forbrukerombudet var rett instans til å vurdere markedsføring av Laserklinikkenes behandlingstilbud. Statens helsetilsyn tiltrådte ombudets vurderinger i brev av 11. april 2013.

Forbrukerombudet gjenopptok derfor saken og sendte 18. juni 2013 et nytt brev til Laserklinikken. I brevet skriver ombudet at Forbrukerombudet og Statens helsetilsyn er samstemt om at den laserbehandlingen som Laserklinikken tilbyr er å anse som alternativ behandling, uavhengig av om den utføres av autorisert helsepersonell eller andre behandlere, jf. alternativlovens § 2 tredje ledd.

Ombudet redegjorde for at dersom helsepersonell tilbyr alternativ behandling og det i markedsføringen fremkommer at tilbyder er helsepersonell gjelder kravene i helsepersonellovens § 13. Kravene til markedsføring i denne bestemmelsen er sammenfallende med kravene som stilles til tilbydere av alternativ behandling, i tillegg til at det gjelder et forsvarlighetskrav.

Ombudets svar på Laserklinikkenes spørsmål i brev av 6. mai var derfor at det i utgangspunktet ikke er noe forskjell på de krav som stilles. Kravet om nøktern og saklig markedsføring, herunder forbudet mot bruk av effektpåstander, gjelder i ethvert tilfelle av markedsføring av alternativ behandling og uavhengig av om tilbyder er autorisert helsepersonell eller ikke.

Ombudet opprettholdt i brev av 18. mai kravet som ble fremsatt i brev av 22. januar og 11. april 2013 om at Laserklinikken må endre sin markedsføring slik at den er i tråd med gjeldende regelverk om behandling av alternativ behandling. Frist for innrettelse ble satt til 15. august 2013.

Laserklinikken fikk i løpet av høsten 2013, som følge av tekniske årsaker og personlige forhold hos daglig leder Anne Harila, gjentatte utsettelse av innrettelsesfristen.

I e-post av 5. desember 2013 viste Forbrukerombudet til at frist for innrettelse var satt til 15. november 2013 og til at selskapet gjentatte ganger hadde oversittet frister. Ombudet orienterte derfor om at dersom ikke Laserklinikken innrettet seg innen 13. desember 2013 ville ombudet vurdere å fatte forbudsvedtak mot selskapet for å stanse den ulovlige markedsføringen.

Laserklinikken bekreftet i e-post av 13. desember 2013 at markedsføringen på hjemmesiden www.laserklinikken.no var i tråd med gjeldende regelverk.

Ombudet undersøkte på denne bakgrunn på nytt Laserklinikkens markedsføring og konkluderte med at selskapet fremdeles brukte ulovlige effektpåstander i sin markedsføring.

Laserklinikken fikk frist til 13. januar 2014 til å foreta de endringer som er nødvendig for at markedsføringen skal være i tråd med krav som stilles ved markedsføring av alternativ behandling, samt bekrefte at selskapet vil innrette sin fremtidige markedsføring etter lovverket.

Laserklinikken bekreftet 14. januar 2014 at markedsføringen skulle være i tråd med gjeldende regelverk.

Forbrukerombudet gjennomførte i samarbeid med Statens helsetilsyn den 13. mars 2014 en aksjon der vi på nytt undersøkte markedsføring av alternativ behandling. Forbrukerombudet undersøkte blant annet markedsføringen til aktørene som vi opprettet sak mot etter 2012-aksjonen, aktører som vi har fått tips og klager på fra forbrukere og NAFKAM i 2013 og 2014.

I den forbindelse har Forbrukerombudet nå foretatt en fornyet vurdering av Laserklinikkens markedsføring på selskapets hjemmeside og Facebook-side. Konklusjonen er at Laserklinikkens markedsføring i overkant av ett år etter ombudets første brev til selskapet fremdeles er i strid med de krav som stilles ved markedsføring av alternativ behandling i alternativloven med tilhørende forskrift. Forbrukerombudet vil redegjøre nærmere for vurderingen i det følgende. Kopi av markedsføringen er vedlagt dette varselet.

3. Brudd på alternativlovens § 8 fjerde ledd og forskriftens § 2 annet ledd

3.1 Innledning

Kravene som stilles ved markedsføring av alternativ behandling bør være godt kjent for Laserklinikken. Forbrukerombudet viser til sak 2006/73 med samme firma der problemstillingene i stor grad var sammenfallende med de i denne saken.

Forbrukerombudet redegjorde grundig for kravene i vårt brev av 22. januar 2013 og vi viser i hovedsak til punkt 3 i dette brevet. Kopi av brev følger vedlagt

Forbrukerombudet legger til grunn at de laserbehandlinger som Laserklinikken tilbyr i all hovedsak utføres av uautorisert helsepersonell og at behandlingene som tilbys derfor er å anse som alternativ behandling, jf. alternativlovens § 2.

3.2 Forbud mot bruk av effektpåstander

Sakens kjerne er spørsmålet om markedsføringen av de laserbehandlinger som Laserklinikken tilbyr er i strid med de krav som stilles ved markedsføring av alternativ behandling i alternativloven med tilhørende forskrift.

Etter § 8 fjerde ledd i alternativloven skal den som tilbyr alternativ behandling gi "*en nøktern og saklig beskrivelse av virksomhetens art*". Denne formulering er gjentatt i forskriften § 2 første ledd. At markedsføringen skal være nøktern, innebærer særlig at markedsføringen ikke må inneholde opplysninger som kan villedes, jf. merknadene til § 2 i forskriften.

Med hensyn til dokumentasjon av eventuell effekt av alternativ behandling, uttales det i lovens forarbeider at "*alternativ behandling i liten grad har dokumentert effekt*", jf.

Ot.prp.nr.27 (200212003), s.47-48 samt NOU 1998:21, s.21-22. Denne generelt manglende dokumentasjonen innebærer at det stilles strenge krav til hvilke opplysninger og påstander som kan benyttes i markedsføringen, særlig for beskrivelser av hvilke tilstander den alternative behandlingen brukes eller benyttes ved.

I forskriften § 2 andre ledd er det ytterligere presisert og utdypet hva slags opplysninger eller påstander som *ikke* kan benyttes i markedsføringen. Det slås her fast at den som tilbyr alternativ behandling i sin markedsføring ikke kan benytte påstander om at en behandlingsform har virkning mot konkrete sykdommer eller lidelser eller på andre måter utforme markedsføringen slik at den gir dette inntrykk.

I merknadene til forskriften § 2 har lovgiver uttalt at det "*må derfor utvises særlig aktsomhet ved beskrivelse av hvilke tilstander den alternative behandlingen kan benyttes ved. Bakgrunnen er at markedsføringen ellers lett kan gi et inntrykk av at behandlingsformen har en dokumentert terapeutisk effekt. Dersom det i markedsføringen av en behandler eller behandlingsform antydes eller benyttes påstander om helbredelse, forebyggelse eller lignede av konkrete lidelser eller sykdommer, er dette påstander om effekt og slik markedsføring vil som nevnt være forbudt.*".

Bestemmelsen i forskriften § 2 annet ledd er i realiteten et forbud mot bruk av effektpåstander ved markedsføring av alternativ behandling.

Bruk av autoritative kilder og uttalelser fra fornøyde kunder vil lett oppfattes som en påstand om at behandlingen har effekt og er derfor som hovedregel ikke tillatt, jf. forskriftens § 2 annet ledd.

Vurderingen av om markedsføringen er i strid med forskriften § 2 annet ledd, vil bero på en konkret helhetsvurdering ut fra det umiddelbare inntrykk markedsføringen skaper hos den jevne forbruker, jf. forskriften § 4.

Som det fremgår av punkt 3.1 i Forbrukerombudets brev av 22. januar 2013 gjelder kravene i forskriftens § 2 annonsering og markedsføring av enhver art og i ethvert medium, jf. forskriftens § 3. Forbrukerombudet presiserte i brevet at dette omfatter markedsføring på Facebook, både i form av innlegg publisert av selskapet eller personer som kan sies å representere den, samt svar fra selskapet på forbrukerhenvendelser.

3.3 Effektpåstander

Laserklinikken benytter i utstrakt grad effektpåstander i sin markedsføring på hjemmesiden www.laserklinikken.no og på selskapets side på Facebook. Forbrukerombudet vil vise til noen eksempler i det følgende. Eksempelene er ikke uttømmende.

På forsiden av hjemmesiden markedsføres det at Laserklinikken tilbyr laserbehandlinger som behandler konkrete sykdommer og lidelser:

"Vi behandler følgende plager:

Senebetennelse (...)

Astma

Øret: Djevelens orkester

Facialisparese/ansiktsslammelse (...)

(...)prolaps/isjias/lumbago (...)

Allergi

Migrene (...)

Fibromyalgi

(...) tennisalbue/golfalbue"

Forbrukerombudet konstaterer at Laserklinikken fremdeles ikke har fjernet disse effektpåstandene fra hjemmesiden til tross for at vi tok opp disse påstandene konkret i våre brev av 22. januar 2013 og 18. desember 2013.

Under fanen "*Facialis pares/ansiktslammelse*" på hjemmesiden er det benyttet et før og etterbilde av en ung gutt. På førbildet har gutten lammelser i ansiktet. På etterbildet har ikke gutten lengre lammelser i ansiktet og smiler bredt til fotografen. I teksten under bilden heter det "*Eksempel på facialis pares/ansiktslammelse. Ansiktslammelse behandles med flere typer LLLT-lasere hos oss.*"

Tilsvarende er det under fanen "*Rosacea*" benyttet et før- og etterbilde av en dame som er rammet av denne hudsykdommen. I teksten under bildet heter det "*Rosacea kan behandles med gode resultater, men er sykdommen aktiv trenger man også oppfølgende laserbehandlinger for å opprettholde gode resultatet.*"

Under fanen "*Pollenallergi*" på hjemmesiden heter det "*Laser er brukt i mere enn 30 år mot pollenallergi, og har ingen bivirkninger.*"

Under fanen "*Kne/Artrose/Slitasje*" heter det "*Vi har behandlet mere enn 40.000 knær. Laser er brukt siden tidlig 70-tallet for kneleddsproblemer og brusk. (...) Kneet har komplisert knestruktur, det er lett å behandle med laser ved skade eller betennelse. (..) Som eksempler kan nevnes Jumper's kne, hopperkne (Patellar tendipati) som er en skade som utløses ved mye hopping.*"

Videre fremgår det av et innlegg av 13. desember 2013 om Achillesbetennelse (Tendinitis achilles) skrevet av Anne Harila på selskapets side på Facebook at "*Vi har laserbehandlet ett betydelig antall pasienter med achilles betennelser, med kurativt resultat.*"

Samme dato fremsetter Anne Harila i et innlegg på selskapets Facebook-side om "Tennisalbue" en påstand om at: "*Laserbehandlinger gir god effekt for bl.a tennisalbue, se link til randomisert studie*". I tillegg vises det til 5 andre studier.

Forbrukerombudets vurdering er at den jevne forbruker vil oppfatte de ovennevnte påstandene som er fremsatt i markedsføringen på Laserklinikken's hjemmeside og side på Facebook slik at de behandlingene som Laserklinikken tilbyr har effekt på konkrete sykdommer, diagnoser eller lidelser, som f.eks tennisalbue, ansiktslammelser og "Rosacea".

Markedsføringen er i strid med forbudet mot bruk av effektpåstander i alternativloven § 8 fjerde ledd jf. forskriften jf. § 2 annet ledd, og dermed ulovlig.

3.4 Bruk av kilder

Forbrukerombudets gjennomgang viser også en omfattende bruk av autoritative kilder både i markedsføring på Laserklinikken's hjemmeside og side på Facebook.

Forbrukerombudet vil i det følgende gi noen eksempler på lovstridig markedsføring. Eksempelene er ikke uttømmende.

Under fanen "*Migrene*" på hjemmesiden heter det "*14 300 laserbehandlinger er gjort av oss for migrene og andre hodesmerter*" og det er referert fra en vitenskapelig studie "*World Journal of Neuroscience 2012, 2, 231-233*".

I konklusjonen heter det " *More research need to be done, especially controlled double blind studies to further evaluate the full effectiveness and possible side effects of using LLLT in the treatment of TBIs and migraines, but the latest research has shown that LLLT is an extremely safe and effective technology for a wide range of neutral and muscular skeletal conditions. Note: Mr. Banas has successfully treated over 65 migraine patients not all of whom victims of a TBI but except for a few instances gave the patients life changing, significant relief.* "

Tilsvarende skriver skriver Anne Harila i et innlegg datert 20. desember 2013 på selskapets side på Facebook "*Laserbehandling for migrene er ikke noe nytt for oss som Laserologister og Laserterapeuter. Bl.a laserbehandlet vi migrene på midten av 70-tallet med gode resultater*" og det refereres til den samme vitenskapelige studien "*World Journal of Neuroscience 2012, 2, 231-233*".

I et annet innlegg fra 30. september 2013 om "*LLL – laserbehandling for "Post herpes neuralgi/Helvetes ild, "kronisk"*" har Anne Harila et bilde av rapporten "*A double blind crossover trial of low level laser therapy in the treatment of post herpetic neuralgia*".

I et innlegg fra 30. mai 2013 gjengir Anne Harila historien til 19 år gamle Sjur Mollestad som har scoliose og som ved hjelp av laserbehandling hos Laserklinikken Sandviken har blitt svært bra. Fra historien siteres:

"Legen hadde fortalt meg at scoliosegraden kom til å vokse med inntil 2-3 grader per år. Og ettersom jeg hadde en 47 graders scoliose i 2009 og at den var på 58 grader i 2011 var jeg livredd, jeg visste at ryggen bare tålte et trykk på 500 kilo og jeg kunne se for meg at jeg kom til å dø ung bare fordi jeg ville leve som den naturlige meg. Jeg gikk helt fra 2009 med så vanvittig mange negative tanker om alt bare pga ryggen.

Ryggen var oftest så vondt at jeg måtte ha hjelp opp fra sengen som jeg brukte flere minutter på, gå vanvittig sakte rundt stuebordet vårt for å trene opp ryggen og det var så drøyt at jeg gråt av glede da jeg klarte å løfte benet så høyt at jeg kunne gå over brødfjølen som var plassert på bakken.

Men da jeg merket at ryggen løste seg opp ville jeg ta en kontroll på ryggen for å se om hellet kunne ha snudd seg i min favør, og jeg takker virkelig for laserbehandling! Uten den kunne jeg kanskje skeiet ut helt. Men målingen viste at scolioseøkningen hadde stanset opp. Gradene på scoliosen forble på 58 grader, og dette takket være laser!

Året er nå 2013 og jeg merker kanskje hver 4. måned at jeg må strekke ut ryggen litt og gå til en behandling i ny og ne, men jeg plages over hode ikke lengre av ryggen i hverdagen.

Nå går jeg på tennis og økonomilinje på videregående, som lar meg spille tennis to dager i uken, endelig har jeg kommet meg tilbake der jeg var!"

Forbrukerombudets vurdering er at den jevne forbruker vil oppfatte markedsføring i form av referanse til studier og pasienthistorier på en slik måte at laserbehandlinger som Laserklinikken tilbyr har effekt på konkrete sykdommer, diagnoser, og lidelser, slik som f.eks tennissalbue, scoliose og migrene.

Markedsføringen er i strid med forbudet mot bruk av effektpåstander i alternativloven § 8 fjerde ledd jf. forskriften jf. § 2 annet ledd, og dermed ulovlig.

4. Varsel om forbudsvedtak - Forbrukerombudets vedtakskompetanse

Forhandlingsmodellen som ligger til grunn for Forbrukerombudets virksomhet er beskrevet i markedsføringslovens § 35. Forbrukerombudet skal av eget tiltak eller etter henvendelse fra andre søke å påvirke næringsdrivende til å innrette seg etter bestemmelsene som Forbrukerombudet skal føre tilsyn med, herunder forskrift om markedsføring av alternativ behandling jf. forskriften § 6. I dette ligger det at Forbrukerombudet blant annet skal føre forhandlinger med de næringsdrivende eller deres organisasjoner. Dersom

Forbrukerombudet finner at en handling er i strid med markedsføringsloven, skal ombudet søke å få den næringsdrivende til frivillig å opphøre med praksisen.

Som hovedregel er det Markedsrådet som kan fatte vedtak etter markedsføringsloven. Forbrukerombudet kan imidlertid selv fatte vedtak dersom det ikke er oppnådd frivillig ordning og Forbrukerombudet antar at det vil medføre ulempe eller skadevirkning å avvende Markedsrådets vedtak, jf. § 37 første ledd. På bakgrunn av at de aktuelle bruddene på gjeldende regler for markedsføring av alternativ behandling fremdeles pågår, er Forbrukerombudets standpunkt at dette vilkåret er oppfylt.

Det varsles med dette om at Forbrukerombudet vil fatte vedtak i saken. Etter markedsføringsloven § 39 kan vi fatte enkeltvedtak om forbud, påbud, tvangsmulkt og overtredelsesgebyr, samt kombinasjoner av disse, dersom det finnes at inngrep tilsies av hensynet til forbrukerne. I denne saken vil det være aktuelt å fatte et vedtak om forbud om bruk av effektpåstander i markedsføring av alternativ behandling, jf. alternativloven § 8 fjerde ledd forskriften jf. § 2 annet ledd, samt vedtak om tvangsmulkt.

I samsvar med hensynet til god forvaltningsskikk og forvaltningslovens § 16 gis Laserklinikken anledning til å uttale seg før endelig vedtak fattes. Hvis selskapet ønsker å uttale seg ut over det som er gjort i tidligere korrespondanse, ber vi om at dette gjøres skriftlig **innen 31. mars 2013**.

Med vennlig hilsen
for Forbrukerombudet

Frode Elton Haug
Juridisk direktør

Vedlegg

- Kopi av markedsføring på Laserklinikken's hjemmeside www.laserklinikken.no og på selskapets Facebook-side www.facebook.com/#!/groups/84621934894/
- Kopi av Forbrukerombudets brev til Laserklinikken datert 22. januar 2013



FORBRUKEROMBUDET

Helsesprederen
Løkenveien 51 A
1400 SKI

Deres ref.

Vår ref.
Sak nr: 14/626-1
Saksbehandler: Hanne Winther Martinusen
Dir.tlf: 48 24 78 31

Dato:
18.03.2014

Kontrollaksjon - Markedsføring av alternativ behandling

1. Innledning

Forbrukerombudet fører tilsyn med at de næringsdrivendes markedsføring, handelspraksis og avtalevilkår i forbrukerforhold er i samsvar med markedsføringsloven (mfl.). Les loven på: www.forbrukerombudet.no

Forbrukerombudet skal, også ut fra hensynet til forbrukerne, føre tilsyn med at markedsføring fra tilbydere av alternativ behandling er i samsvar med lov om alternativ behandling av sykdom (**alternativloven**)¹ og tilhørende forskrift om markedsføring av alternativ behandling av sykdom (**forskriften**).²

Forbrukerombudet har utarbeidet retningslinjer som tar sikte på å gi en enkel oversikt over hvilke krav forskriften stiller ved markedsføring av alternativ behandling.

./.. En kopi av retningslinjene følger vedlagt.

Tilbudet av alternativ behandling er stort, med over 200 ulike behandlingsformer. Bruken av alternativ behandling har hatt en kraftig økning de siste årene. I følge undersøkelser har en tredjedel av den voksne befolkningen i Norge benyttet seg av alternativ behandling. I 2012 brukte nordmenn ca. 4 milliarder kroner på alternativ behandling. Dette viser at nordmenn ønsker å bruke alternativ behandling.

Regelverket for markedsføring av alternativ behandling er strengt. All alternativ behandling har det til felles at effekten av behandlingsformene ikke er dokumentert. Derfor er det blant annet ikke lov å benytte effektpåstander i markedsføringen. Bruk av effektpåstander i markedsføring kan føre til at forbrukerne får urealistiske forhåpninger om at en behandling uten dokumentert effekt skal kunne hjelpe dem.

Enkelte brukere av alternativ behandling er forbrukere i en potensielt sårbar posisjon; kronisk syke, personer uten klare diagnoser, personer som venter i helsekø osv. Alternativ behandling kan også ha økonomiske konsekvenser for forbrukerne fordi behandlingen ofte er kostbar.

I lys av det ovennevnte er Forbrukerombudets standpunkt at det er viktig ut fra hensynet til forbrukerne å håndheve de strenge reglene for markedsføring av alternativ behandling.

¹ Lov av 27. juni 2003 nr. 64

² Forskrift av 11. desember 2003, gitt i medhold av alternativloven § 8 femte ledd

2. Forbrukerombudets og Statens helsetilsynets kontrollaksjon 13. mars 2014

Forbrukerombudet har de siste årene gjennomført flere kontrollaksjoner der vi har undersøkt markedsføringen til et større antall tilbydere av alternativ behandling.

Ett av punktene på Forbrukerombudets virksomhetsplan for 2014 er å gjennomføre en ny kontrollaksjon på markedsføring av alternativ behandling med særlig fokus på bruk av påstander om at alternativ behandling har virkning på konkrete alvorlige sykdommer og lidelser – såkalte effektpåstander.³

I samarbeid med Statens helsetilsynet gjennomførte Forbrukerombudet den planlagte kontrollaksjonen 13. mars 2014.

Statens Helsetilsyn fokuserte i sine undersøkelser hovedsakelig på om autorisert helsepersonell som tilbyr alternativ behandling fulgte kravene for markedsføring i helsepersonellovens § 13. Bestemmelsen fastslår at markedsføring av helse- og omsorgstjenester skal være forsvarlig, nøktern og saklig.

Forbrukerombudet konsentrerte sine undersøkelser til om markedsføringen var i tråd med alternativlovens § 8 fjerde ledd og forskriftens § 2. Se beskrivelse under punkt 3.

Forbrukerombudet undersøkte markedsføring av alternativ behandling på internett og i aviser, og markedsføring til aktører vi tidligere har hatt saker mot, samt alle klager og tips vi har mottatt i 2013 og hittil i 2014. Totalt kontrollerte Forbrukerombudet og Statens helsetilsyn markedsføring fra over 250 tilbydere av alternativ behandling.

Under kontrollaksjonen registrerte Forbrukerombudet markedsføring av alternativ behandling fra Helsesprederen som ikke er i tråd med
./.. alternativlovens og forskriftens krav. En kopi av markedsføringen følger vedlagt.

Vi vil i det følgende redegjøre for de rettslige kravene som stilles ved markedsføring av alternativ behandling, og vår vurdering av den aktuelle markedsføringen fra Helsesprederen.

3. Rettslige krav ved markedsføring av alternativ behandling

3.1 Utgangspunkt

Kravene i forskriftens § 2 gjelder annonsering og markedsføring av enhver art og i ethvert medium, jf. forskriftens § 3.

Markedsføringen skal vurderes ut fra det umiddelbare inntrykket den antas å gi den jevne forbruker, jf. forskriftens § 4. Det vil si at det ikke har betydning hva markedsføringen var ment å formidle. Det avgjørende er hvordan den jevne forbruker oppfatter budskapet i markedsføringen ut fra en helhetsvurdering av tekst, bilder/illustrasjoner og utforming.

3.2 Hovedregel

³ Se punkt 12 «helse» i Forbrukerombudets virksomhetsplan på www.forbrukerombudet.no.

Alternativlovens § 8 fjerde ledd og forskriftens § 2 første ledd fastslår at den som tilbyr alternativ behandling skal gi *"en nøktern og saklig beskrivelse av virksomhetens art"*.

Kravet om at markedsføringen må være *"nøktern"* innebærer særlig at den ikke må inneholde opplysninger som kan villede forbrukerne. Eksempelvis ved å unnlate å opplyse om uheldige skader av behandlingen.

Kravet om saklighet medfører særlig at markedsføringen ikke må utformes slik at den på en utilbørlig måte undergraver eller svekker tilliten til den ordinære helsetjeneste, til helsepersonell eller andre former for alternativ behandling eller behandlere. Eksempelvis å markedsføre sine egne behandlingsmetoder som de eneste kvalifiserte på sitt felt.

Med begrepet *"virksomhetens art"* menes i tillegg til opplysninger av mer forretningsmessig karakter, også opplysninger om de ulike behandlingsformer som utøveren tilbyr, hva disse går ut på og hvordan disse gjennomføres, samt en nøktern beskrivelse av hvilke tilstander de brukes ved.

3.3 Forbud mot bruk av effektpåstander

I forskriftens § 2 annet ledd er det presisert og utdypet hva slags opplysninger eller påstander som *ikke* kan benyttes i markedsføring av alternativ behandling.

Bestemmelsen slår fast at det i markedsføring av alternativ behandling ikke kan benyttes: *"påstander om at en behandlingsform har virkning mot konkrete sykdommer eller lidelser eller på andre måter utformer markedsføringen slik at den gir dette inntrykket."*

Dette er i realiteten et forbud mot bruk av effektpåstander ved markedsføring av alternativ behandling.

Formålet med bestemmelsen er å hindre at det benyttes uriktige eller udokumenterte påstander om eksempelvis hva den markedsførte alternative behandlingen eller behandlingsformen kan hjelpe mot, hvor stor bedring som kan påregnes og hvor stor sannsynlighet det er for at behandlingen kan ha effekt.

Påstander om behandlingseffekt krever som utgangspunkt at tilbyder må kunne fremlegge anerkjent forskningsmaterialer som kan dokumentere disse påstandene. Tilbydere av alternativ behandling kan ikke oppfylle dette kravet og slike påstander er derfor forbudt.

En tommelfingerregel er:

Jo mer konkrete tilstander (sykdommer eller lidelser) som angis i markedsføringen, desto mer forsiktig må man være med å omtale hva som kan oppnås ved behandlingen.

3.3.1 Beskrivelse av hva som kan oppnås ved behandlingen

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

Det er derfor viktig å utvise aktsomhet dersom man beskriver hva som kan oppnås ved behandlingen i markedsføring.

For en nærmere redegjørelse av hvilke beskrivelse av effekt/virkning som ikke er tillatt og hvilke som kan være tillatt, viser vi til de vedlagte retningslinjer punkt 4.3.1.

3.3.2 *Beskrivelse av tilstander*

I lys av at det er forbudt å fremsette påstander om at en alternativ behandling eller behandlingsform har virkning mot konkrete sykdommer eller lidelser, er det viktig å vise aktsomhet ved beskrivelsen av hvilke tilstander behandlingen kan benyttes ved.

For en nærmere redegjørelse av hvilke beskrivelser av tilstander som er tillatt og ikke, viser vi til retningslinjene punkt 4.3.2.

3.3.3 *Bruk av kilder*

Bruk av autoritative kilder vil lett oppfattes som en påstand om at behandlingen har effekt og er derfor som hovedregel ikke tillatt, jf. forskriftens § 2 annet ledd.

Eksempler er vitenskapelige studier eller forskning som omhandler behandleren eller den enkelte behandlingsform. Tilsvarende gjelder uttalelser, anbefalinger eller konklusjoner fra fagtidsskrifter, forskningsinstitusjoner og lignende. Uttalelser hvor helsepersonell går god for en alternativ behandlingsform vil lett kunne gi inntrykk av at behandlingsformen har effekt og er ikke tillatt å bruke i markedsføringen.

Uttalelser fra fornøyde kunder, brukerundersøkelser og lignende kan heller ikke benyttes i markedsføringen. Forbudet gjelder også for henvisninger til artikler i ukeblad, dagspresse, blogger etc.

Det skal ikke være mulig å omgå forbudet mot effektpåstander ved å henvise til kilder som ligger utenfor den enkelte utøvers markedsføring. Lenker til andre internettsider vil som hovedregel bli ansett som en del av behandlerens markedsføring. Det bør således utvises aktsomhet ved bruk av slike lenker.

3.4 **Forbud mot markedsføring av behandling av sykdommer og lidelser som alternative behandlere ikke har lov til å behandle jf. alternativloven §§ 5-7**

Forskriftens § 2 tredje ledd fastslår at den som tilbyr alternativ behandling ikke kan markedsføre behandlingsformer eller behandling av sykdommer eller lidelser som man etter alternativlovens §§ 5-7 mv. ikke har lov til å behandle.

I praksis innebærer dette et forbud mot markedsføring av medisinske inngrep eller behandling som kan medføre alvorlig helserisiko, behandling av allmennfarlige smittsomme sykdommer og av såkalte alvorlige sykdommer og lidelser.⁴

⁴ Henvisning til liste finnes her: jf. Helsetilsynet

4. Forbrukerombudets vurdering av markedsføringen av alternativ behandling fra Helsesprederen

4.1 Markedsføring av effektpåstander

Forbrukerombudet registrerte under vår kontrollaksjon 13. februar 2014 markedsføring av alternativ behandling fra Helsesprederen på hjemmesiden www.helsesprederen.no.

I markedsføringen brukes det følgende beskrivelser av hva forbrukerne kan forvente å oppnå ved healing som Helsesprederen tilbyr:

«Dette kan Reiki gjøre for deg», « redusere/fjerne », « fremmer » « understøtter alle andre behandlingsformer », « lege », « stanse ».

Beskrivelsen av effekten av healing er knyttet til konkrete sykdommer og lidelser. Blant annet hevdes det at behandlingen vil ha en virkning mot følgende konkrete sykdommer, diagnoser og lidelser:

Blant annet markedsføres det at bruk av reiki kan « lege idrettsskader, bedre/fjerne betennelser (...), redusere/fjerne hodepine, migrene, epilepsi, redusere/fjerne smerter, allergier, lege sår som ikke vil gro, stanse blødninger, redusere stress og spenninger, redusere ubalanse i kropp og sinn, fjerne avfallsstoffer kroppen selv har vanskeligheter med å fjerne, de fleste sykdommer, fremmer rask healing av skader for eksempel kutt, brannsår, blåmerker, insektsstikk, postkirurgiske tilstander (...), understøtter alle andre behandlingsformer ».

Forbrukerombudets vurdering er at markedsføringen gir den jevne forbruker et klart inntrykk av at den alternative behandlingen som Helsesprederen tilbyr har en effekt på betennelser, smerter, allergier, hodepine, migrene, epilepsi, smerter, allergier, sår som ikke vil gro, blødninger, stress og spenninger, ubalanse i kropp og sinn, avfallsstoffer i kroppen, skader som for eksempel kutt, brannsår, blåmerker, insektsstikk, postkirurgiske tilstander, samt de fleste sykdommer.

Markedsføringen er i strid med forbudet mot bruk av effektpåstander i alternativloven § 8 fjerde ledd jf. forskriften § 2 annet ledd og dermed ulovlig.

Forbrukerombudet ber derfor om at Helsesprederen umiddelbart endrer markedsføringen slik at den er i tråd med forskriften, herunder fjerner de aktuelle effektpåstandene.

4.2 Markedsføring av behandling av sykdommer og lidelser som alternative behandlere ikke har lov til å behandle jf. alternativloven §§ 5-7

På hjemmesiden til Helsesprederen, <http://www.helsesprederen.no>, vises det til at migrene kan behandles ved hjelp av healing.

Migrene er å anse som en alvorlig sykdom og behandling av denne sykdommen skal derfor kun gjøres av helsepersonell, jf. alternativlovens §§ 5-7. Som alternativ behandler har du ikke lov å behandle disse sykdommene.

Annonseren er i strid med forbudet i forskriftens § 2 tredje ledd mot markedsføring av behandlingsformer og behandling av sykdommer og lidelser som alternative behandlere ikke har lov til å utøve eller behandle.

Forbrukerombudet ber om at Helsesprederen umiddelbart fjerner den aktuelle markedsføring fra samtlige medier og avstår fra denne typen markedsføring i fremtiden.

5. Krav om innrettelse

Forbrukerombudet ber om at Helsesprederen umiddelbart gjennomgår sin markedsføring i alle medier og gjør de endringer som er nødvendige for at markedsføringen skal være i tråd med kravene som følger av alternativloven, forskriften og Forbrukerombudets retningslinjer.

Ta gjerne kontakt med Hanne Winther Martinusen på e-post hwm@forbrukerombudet.no eller telefonnummer 48 24 78 31 dersom du har noen spørsmål i denne forbindelse.

6. Avslutning

Forbrukerombudet ber dere om å bekrefte at Helsesprederen har gjort de nødvendige endringer som Forbrukerombudet har bedt om i dette brevet og at dere vil innrette deres fremtidige markedsføring i tråd med de krav som stilles etter lovverket innen **8. april 2014**.

Vi gjør oppmerksom på at markedsføringsloven § 40 jf. § 39 jf. § 34 gir Forbrukerombudet og Markedsrådet hjemmel til å legge ned forbud mot handlinger i strid med markedsføringsloven kapittel 1 til 5. I forbindelse med at det fattes forbudsvedtak skal det som hovedregel fastsettes en tvangsmulkt etter § 42.

Med vennlig hilsen
for Forbrukerombudet

Hanne Winther Martinusen
Juridisk seniorrådgiver

Vedlegg:

- Kopi av markedsføring
- Utskrift av Lov om alternativ behandling (LOV 2003-06-27)
- Utskrift av Forskrift om markedsføring av alternativ behandling av sykdom (FOR 2003-12-11)
- Forbrukerombudet retningslinjer for markedsføring av alternativ behandling



FORBRUKEROMBUDET

Heidi Johannessen
Saba Helsehus
Narverødveien 47

3113 Tolvsrød

Deres ref.

Vår ref.
Sak nr: 14/643-1
Saksbehandler:
Dir.tlf:

Dato:08.04.14

Kontrollaksjon - Markedsføring av alternativ behandling

1. Innledning

Forbrukerombudet fører tilsyn med at de næringsdrivendes markedsføring, handelspraksis og avtalevilkår i forbrukerforhold er i samsvar med markedsføringsloven (mfl.). Les loven på: www.forbrukerombudet.no

Forbrukerombudet skal, også ut fra hensynet til forbrukerne, føre tilsyn med at markedsføring fra tilbydere av alternativ behandling er i samsvar med lov om alternativ behandling av sykdom (**alternativloven**)¹ og tilhørende forskrift om markedsføring av alternativ behandling av sykdom (**forskriften**).²

Forbrukerombudet har utarbeidet retningslinjer som tar sikte på å gi en enkel oversikt over hvilke krav forskriften stiller ved markedsføring av alternativ behandling.

./ En kopi av retningslinjene følger vedlagt.

Tilbudet av alternativ behandling er stort, med over 200 ulike behandlingsformer. Bruken av alternativ behandling har hatt en kraftig økning de siste årene. I følge undersøkelser har en tredjedel av den voksne befolkningen i Norge benyttet seg av alternativ behandling. I 2012 brukte nordmenn ca. 4 milliarder kroner på alternativ behandling. Dette viser at nordmenn ønsker å bruke alternativ behandling.

Regelverket for markedsføring av alternativ behandling er strengt. All alternativ behandling har det til felles at effekten av behandlingsformene ikke er dokumentert. Derfor er det blant annet ikke lov å benytte effektpåstander i markedsføringen. Bruk av effektpåstander i markedsføring kan føre til at forbrukerne får urealistiske forhåpninger om at en behandling uten dokumentert effekt skal kunne hjelpe dem.

Enkelte brukere av alternativ behandling er forbrukere i en potensielt sårbar posisjon; kronisk syke, personer uten klare diagnoser, personer som venter i helsekø osv. Alternativ behandling kan også ha økonomiske konsekvenser for forbrukerne fordi behandlingen ofte er kostbar.

I lys av det ovennevnte er Forbrukerombudets standpunkt at det er viktig ut fra hensynet til forbrukerne å håndheve de strenge reglene for markedsføring av alternativ behandling.

¹ Lov av 27. juni 2003 nr. 64

² Forskrift av 11. desember 2003, gitt i medhold av alternativloven § 8 femte ledd

2. Forbrukerombudets og Statens helsetilsynets kontrollaksjon 13. mars 2014

Forbrukerombudet har de siste årene gjennomført flere kontrollaksjoner der vi har undersøkt markedsføringen til et større antall tilbydere av alternativ behandling.

Ett av punktene på Forbrukerombudets virksomhetsplan for 2014 er å gjennomføre en ny kontrollaksjon på markedsføring av alternativ behandling med særlig fokus på bruk av påstander om at alternativ behandling har virkning på konkrete alvorlige sykdommer og lidelser – såkalte effektpåstander.³

I samarbeid med Statens helsetilsynet gjennomførte Forbrukerombudet den planlagte kontrollaksjonen 13. mars 2014.

Statens Helsetilsyn fokuserte i sine undersøkelser hovedsakelig på om autorisert helsepersonell som tilbyr alternativ behandling fulgte kravene for markedsføring i helsepersonellovens § 13. Bestemmelsen fastslår at markedsføring av helse- og omsorgstjenester skal være forsvarlig, nøktern og saklig.

Forbrukerombudet konsentrerte sine undersøkelser til om markedsføringen var i tråd med alternativlovens § 8 fjerde ledd og forskriftens § 2. Se beskrivelse under punkt 3.

Forbrukerombudet undersøkte markedsføring av alternativ behandling på internett og i aviser, og markedsføring til aktører vi tidligere har hatt saker mot, samt alle klager og tips vi har mottatt i 2013 og hittil i 2014. Totalt kontrollerte Forbrukerombudet og Statens helsetilsyn markedsføring fra 230 tilbydere av alternativ behandling funnet på deres nettsider, samt markedsføringsmateriale fra alternativmessen.

Under kontrollaksjonen registrerte Forbrukerombudet markedsføring av alternativ behandling fra Homeopat Heidi som ikke er i tråd med
./.. alternativlovens og forskriftens krav. En kopi av markedsføringen følger vedlagt.

Vi vil i det følgende redegjøre for de rettslige kravene som stilles ved markedsføring av alternativ behandling, og vår vurdering av den aktuelle markedsføringen fra Homeopat Heidi Johannessen.

3. Rettslige krav ved markedsføring av alternativ behandling

3.1 Utgangspunkt

Kravene i forskriftens § 2 gjelder annonsering og markedsføring av enhver art og i ethvert medium, jf. forskriftens § 3.

Markedsføringen skal vurderes ut fra det umiddelbare inntrykket den antas å gi den jevne forbruker, jf. forskriftens § 4. Det vil si at det ikke har betydning hva markedsføringen var ment å formidle. Det avgjørende er hvordan den jevne forbruker oppfatter budskapet i markedsføringen ut fra en helhetsvurdering av tekst, bilder/illustrasjoner og utforming.

3.2 Hovedregel

³ Se punkt 12 «helse» i Forbrukerombudets virksomhetsplan på www.forbrukerombudet.no.

Alternativlovens § 8 fjerde ledd og forskriftens § 2 første ledd fastslår at den som tilbyr alternativ behandling skal gi *"en nøktern og saklig beskrivelse av virksomhetens art"*.

Kravet om at markedsføringen må være *"nøktern"* innebærer særlig at den ikke må inneholde opplysninger som kan villedе forbrukerne. Eksempelvis ved å unnlate å opplyse om uheldige skader av behandlingen.

Kravet om saklighet medfører særlig at markedsføringen ikke må utformes slik at den på en utilbørlig måte undergraver eller svekker tilliten til den ordinære helsetjeneste, til helsepersonell eller andre former for alternativ behandling eller behandlere. Eksempelvis å markedsføre sine egne behandlingsmetoder som de eneste kvalifiserte på sitt felt.

Med begrepet *"virksomhetens art"* menes i tillegg til opplysninger av mer forretningsmessig karakter, også opplysninger om de ulike behandlingsformer som utøveren tilbyr, hva disse går ut på og hvordan disse gjennomføres, samt en nøktern beskrivelse av hvilke tilstander de brukes ved.

3.3 Forbud mot bruk av effektpåstander

I forskriftens § 2 annet ledd er det presisert og utdypet hva slags opplysninger eller påstander som *ikke* kan benyttes i markedsføring av alternativ behandling.

Bestemmelsen slår fast at det i markedsføring av alternativ behandling ikke kan benyttes: *"påstander om at en behandlingsform har virkning mot konkrete sykdommer eller lidelser eller på andre måter utformer markedsføringen slik at den gir dette inntrykket."*

Dette er i realiteten et forbud mot bruk av effektpåstander ved markedsføring av alternativ behandling.

Formålet med bestemmelsen er å hindre at det benyttes uriktige eller udokumenterte påstander om eksempelvis hva den markedsførte alternative behandlingen eller behandlingsformen kan hjelpe mot, hvor stor bedring som kan påregnes og hvor stor sannsynlighet det er for at behandlingen kan ha effekt.

Påstander om behandlingseffekt krever som utgangspunkt at tilbyder må kunne fremlegge anerkjent forskningsmaterialer som kan dokumentere disse påstandene. Tilbydere av alternativ behandling kan ikke oppfylle dette kravet og slike påstander er derfor forbudt.

En tommelfingerregel er:

Jo mer konkrete tilstander (sykdommer eller lidelser) som angis i markedsføringen, desto mer forsiktig må man være med å omtale hva som kan oppnås ved behandlingen.

3.3.1 Beskrivelse av hva som kan oppnås ved behandlingen

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

Det er derfor viktig å utvise aktsomhet dersom man beskriver hva som kan oppnås ved behandlingen i markedsføring.

For en nærmere redegjørelse av hvilke beskrivelse av effekt/virkning som ikke er tillatt og hvilke som kan være tillatt, viser vi til de vedlagte retningslinjer punkt 4.3.1.

3.3.2 *Beskrivelse av tilstander*

I lys av at det er forbudt å fremsette påstander om at en alternativ behandling eller behandlingsform har virkning mot konkrete sykdommer eller lidelser, er det viktig å vise aktsomhet ved beskrivelsen av hvilke tilstander behandlingen kan benyttes ved.

For en nærmere redegjørelse av hvilke beskrivelser av tilstander som er tillatt og ikke, viser vi til retningslinjene punkt 4.3.2.

3.3.3 *Bruk av kilder*

Bruk av autoritative kilder vil lett oppfattes som en påstand om at behandlingen har effekt og er derfor som hovedregel ikke tillatt, jf. forskriftens § 2 annet ledd.

Eksempler er vitenskapelige studier eller forskning som omhandler behandleren eller den enkelte behandlingsform. Tilsvarende gjelder uttalelser, anbefalinger eller konklusjoner fra fagtidsskrifter, forskningsinstitusjoner og lignende. Uttalelser hvor helsepersonell går god for en alternativ behandlingsform vil lett kunne gi inntrykk av at behandlingsformen har effekt og er ikke tillatt å bruke i markedsføringen.

Uttalelser fra fornøyde kunder, brukerundersøkelser og lignende kan heller ikke benyttes i markedsføringen. Forbudet gjelder også for henvisninger til artikler i ukeblad, dagspresse, blogger etc.

Det skal ikke være mulig å omgå forbudet mot effektpåstander ved å henvise til kilder som ligger utenfor den enkelte utøvers markedsføring. Lenker til andre internettsider vil som hovedregel bli ansett som en del av behandlerens markedsføring. Det bør således utvises aktsomhet ved bruk av slike lenker.

3.4 Forbud mot markedsføring av behandling av sykdommer og lidelser som alternative behandlere ikke har lov til å behandle jf. alternativloven §§ 5-7

Forskriftens § 2 tredje ledd fastslår at den som tilbyr alternativ behandling ikke kan markedsføre behandlingsformer eller behandling av sykdommer eller lidelser som man etter alternativlovens §§ 5-7 mv. ikke har lov til å behandle.

I praksis innebærer dette et forbud mot markedsføring av medisinske inngrep eller behandling som kan medføre alvorlig helserisiko, behandling av allmennfarlige smittsomme sykdommer og av såkalte alvorlige sykdommer og lidelser.⁴

4. Forbrukerombudets vurdering av markedsføringen av alternativ behandling fra Heidi Johannessen

4.1 Markedsføring av effektpåstander

⁴ Henvisning til liste finnes her: jf. Helsetilsynet

Forbrukerombudet registrerte under vår kontrollaksjon 13. mars 2014 markedsføring av alternativ behandling fra deg på din nettside www.homeopatheidi.no.

I markedsføringen er beskrivelsene av effekten av den alternative behandlingen knyttet til konkrete sykdommer og lidelser. Blant annet hevdes det at behandlingen vil ha en virkning mot følgende konkrete sykdommer, diagnoser og lidelser:

«Eksempler på plager som kan behandles: [...] Astma og allergi, Eksem [...], Hodepine, Influenza [...], Urinveisinfeksjoner [...], øre-, nese-, halsinfeksjoner»

Forbrukerombudets vurdering er at markedsføringen gir den jevne forbruker et klart inntrykk av at den alternative behandlingen eller behandlingsformen/e som du tilbyr har en effekt på de ovenfor nevnte sykdommer eller lidelser.

Markedsføringen er i strid med forbudet mot bruk av effektpåstander i alternativloven § 8 fjerde ledd jf. forskriften § 2 annet ledd og dermed ulovlig.

Forbrukerombudet ber derfor om at du umiddelbart endrer markedsføringen slik at den er i tråd med forskriften, herunder fjerner de aktuelle effektpåstandene.

5. Krav om innrettelse

Forbrukerombudet ber om du umiddelbart gjennomgår din markedsføring i alle medier og gjør de endringer som er nødvendige for at markedsføringen skal være i tråd med kravene som følger av alternativloven, forskriften og Forbrukerombudets retningslinjer.

Ta gjerne kontakt med Forbrukerombudet på e-post postmottak@forbrukerombudet.no eller telefonnummer 23 400 600 dersom du har noen spørsmål i denne forbindelse.

6. Avslutning

Ettersom dette er vår første henvendelse til dere vedrørende overtredelse av alternativloven og forskriften vil saken med dette bli avsluttet fra vår side.

Dersom vi ikke hører noe fra deg, legger vi til grunn at du vil innrette din fremtidige markedsføring slik at den er i tråd med gjeldende lover og regler.

Er du uenig i faktum eller vår vurdering, eller ønsker ytterligere opplysninger, regner vi med å høre fra deg så **snart som mulig og senest innen 3 uker**.

Forbrukerombudet tar forbehold om å vektlegge denne saken ved en eventuell senere oppfølging av din markedsføring av alternativ behandling.

Vi gjør oppmerksom på at markedsføringsloven § 40 jf. § 39 jf. § 34 gir Forbrukerombudet og Markedsrådet hjemmel til å legge ned forbud mot handlinger i strid med markedsføringsloven kapittel 1 til 5. I forbindelse med at det fattes forbudsvedtak skal det som hovedregel fastsettes en tvangsmulkt etter § 42.

Med vennlig hilsen
for Forbrukerombudet

Tor Asbjørn Tingulstad Hem
Jurist

Vedlegg:

- Kopi av markedsføring
- Utskrift av Lov om alternativ behandling (LOV 2003-06-27)
- Utskrift av Forskrift om markedsføring av alternativ behandling av sykdom (FOR 2003-12-11)
- Forbrukerombudet retningslinjer for markedsføring av alternativ behandling

Kopi til: Norske Homeopaters Landsforbund
Holmenveien 5
0374 Oslo



FORBRUKEROMBUDET

Monica Hopland
Ospevegen 9
4051 SOLA (4050)

Deres ref.

Vår ref.
Sak nr: 14/612-1
Saksbehandler: Tonje Hovde Skjelbostad
Dir.tlf: 91 61 87 29

Dato:
18.03.2014

Kontrollaksjon - Markedsføring av alternativ behandling

1. Innledning

Forbrukerombudet fører tilsyn med at de næringsdrivendes markedsføring, handelspraksis og avtalevilkår i forbrukerforhold er i samsvar med markedsføringsloven (mfl.). Les loven på: www.forbrukerombudet.no

Forbrukerombudet skal, også ut fra hensynet til forbrukerne, føre tilsyn med at markedsføring fra tilbydere av alternativ behandling er i samsvar med lov om alternativ behandling av sykdom (**alternativloven**)¹ og tilhørende forskrift om markedsføring av alternativ behandling av sykdom (**forskriften**).²

Forbrukerombudet har utarbeidet retningslinjer som tar sikte på å gi en enkel oversikt over hvilke krav forskriften stiller ved markedsføring av alternativ behandling.

./ En kopi av retningslinjene følger vedlagt.

Tilbudet av alternativ behandling er stort, med over 200 ulike behandlingsformer. Bruken av alternativ behandling har hatt en kraftig økning de siste årene. I følge undersøkelser har en tredjedel av den voksne befolkningen i Norge benyttet seg av alternativ behandling. I 2012 brukte nordmenn ca. 4 milliarder kroner på alternativ behandling. Dette viser at nordmenn ønsker å bruke alternativ behandling.

Regelverket for markedsføring av alternativ behandling er strengt. All alternativ behandling har det til felles at effekten av behandlingsformene ikke er dokumentert. Derfor er det blant annet ikke lov å benytte effektpåstander i markedsføringen. Bruk av effektpåstander i markedsføring kan føre til at forbrukerne får urealistiske forhåpninger om at en behandling uten dokumentert effekt skal kunne hjelpe dem.

Enkelte brukere av alternativ behandling er forbrukere i en potensielt sårbar posisjon; kronisk syke, personer uten klare diagnoser, personer som venter i helsekø osv. Alternativ behandling kan også ha økonomiske konsekvenser for forbrukerne fordi behandlingen ofte er kostbar.

I lys av det ovennevnte er Forbrukerombudets standpunkt at det er viktig ut fra hensynet til forbrukerne å håndheve de strenge reglene for markedsføring av alternativ behandling.

¹ Lov av 27. juni 2003 nr. 64

² Forskrift av 11. desember 2003, gitt i medhold av alternativloven § 8 femte ledd

2. Forbrukerombudets og Statens helsetilsynets kontrollaksjon 13. mars 2014

Forbrukerombudet har de siste årene gjennomført flere kontrollaksjoner der vi har undersøkt markedsføringen til et større antall tilbydere av alternativ behandling.

Ett av punktene på Forbrukerombudets virksomhetsplan for 2014 er å gjennomføre en ny kontrollaksjon på markedsføring av alternativ behandling. I samarbeid med Statens helsetilsynet gjennomførte Forbrukerombudet den planlagte kontrollaksjonen 13. mars 2014.

Statens Helsetilsyn fokuserte i sine undersøkelser hovedsakelig på om autorisert helsepersonell som tilbyr alternativ behandling fulgte kravene for markedsføring i helsepersonellovens § 13. Bestemmelsen fastslår at markedsføring av helse- og omsorgstjenester skal være forsvarlig, nøktern og saklig.

Forbrukerombudet konsentrerte sine undersøkelser til om markedsføringen var i tråd med alternativlovens § 8 fjerde ledd og forskriftens § 2. Se beskrivelse under punkt 3.

Forbrukerombudet undersøkte markedsføring av alternativ behandling på internett og i aviser, og markedsføring til aktører vi tidligere har hatt saker mot, samt alle klager og tips vi har mottatt i 2013 og hittil i 2014. Totalt kontrollerte Forbrukerombudet og Statens helsetilsyn markedsføring fra over 250 tilbydere av alternativ behandling.

Under kontrollaksjonen registrerte Forbrukerombudet markedsføring av alternativ behandling fra enkeltpersonforetaket Monica Hopland som ikke er i tråd med alternativlovens og forskriftens krav. En kopi av markedsføringen følger vedlagt.
./.

Vi vil i det følgende redegjøre for de rettslige kravene som stilles ved markedsføring av alternativ behandling, og vår vurdering av den aktuelle markedsføringen fra enkeltpersonforetaket Monica Hopland.

3. Rettslige krav ved markedsføring av alternativ behandling

3.1 Utgangspunkt

Kravene i forskriftens § 2 gjelder annonsering og markedsføring av enhver art og i ethvert medium, jf. forskriftens § 3.

Markedsføringen skal vurderes ut fra det umiddelbare inntrykket den antas å gi den jevne forbruker, jf. forskriftens § 4. Det vil si at det ikke har betydning hva markedsføringen var ment å formidle. Det avgjørende er hvordan den jevne forbruker oppfatter budskapet i markedsføringen ut fra en helhetsvurdering av tekst, bilder/illustrasjoner og utforming.

3.2 Hovedregel

Alternativlovens § 8 fjerde ledd og forskriftens § 2 første ledd fastslår at den som tilbyr alternativ behandling skal gi *"en nøktern og saklig beskrivelse av virksomhetens art"*.

Kravet om at markedsføringen må være *"nøktern"* innebærer særlig at den ikke må inneholde opplysninger som kan villedle forbrukerne. Eksempelvis ved å unnlate å opplyse om uheldige skader av behandlingen.

Kravet om saklighet medfører særlig at markedsføringen ikke må utformes slik at den på en utilbørlig måte undergraver eller svekker tilliten til den ordinære helsetjeneste, til helsepersonell eller andre former for alternativ behandling eller behandlere. Eksempelvis å markedsføre sine egne behandlingsmetoder som de eneste kvalifiserte på sitt felt.

Med begrepet "*virksomhetens art*" menes i tillegg til opplysninger av mer forretningsmessig karakter, også opplysninger om de ulike behandlingsformer som utøveren tilbyr, hva disse går ut på og hvordan disse gjennomføres, samt en nøktern beskrivelse av hvilke tilstander de brukes ved.

3.3 Forbud mot bruk av effektpåstander

I forskriftens § 2 annet ledd er det presisert og utdypet hva slags opplysninger eller påstander som *ikke* kan benyttes i markedsføring av alternativ behandling.

Bestemmelsen slår fast at det i markedsføring av alternativ behandling ikke kan benyttes: "*påstander om at en behandlingsform har virkning mot konkrete sykdommer eller lidelser eller på andre måter utformer markedsføringen slik at den gir dette inntrykket.*"

Dette er i realiteten et forbud mot bruk av effektpåstander ved markedsføring av alternativ behandling.

Formålet med bestemmelsen er å hindre at det benyttes uriktige eller udokumenterte påstander om eksempelvis hva den markedsførte alternative behandlingen eller behandlingsformen kan hjelpe mot, hvor stor bedring som kan påregnes og hvor stor sannsynlighet det er for at behandlingen kan ha effekt.

Påstander om behandlingseffekt krever som utgangspunkt at tilbyder må kunne fremlegge anerkjent forskningsmaterialer som kan dokumentere disse påstandene. Tilbydere av alternativ behandling kan ikke oppfylle dette kravet og slike påstander er derfor forbudt.

En tommelfingerregel er:

Jo mer konkrete tilstander (sykdommer eller lidelser) som angis i markedsføringen, desto mer forsiktig må man være med å omtale hva som kan oppnås ved behandlingen.

3.3.1 Beskrivelse av hva som kan oppnås ved behandlingen

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

Det er derfor viktig å utvise aktsomhet dersom man beskriver hva som kan oppnås ved behandlingen i markedsføring.

For en nærmere redegjørelse av hvilke beskrivelse av effekt/virkning som ikke er tillatt og hvilke som kan være tillatt, viser vi til de vedlagte retningslinjer punkt 4.3.1.

3.3.2 *Beskrivelse av tilstander*

I lys av at det er forbudt å fremsette påstander om at en alternativ behandling eller behandlingsform har virkning mot konkrete sykdommer eller lidelser, er det viktig å vise aktsomhet ved beskrivelsen av hvilke tilstander behandlingen kan benyttes ved.

For en nærmere redegjørelse av hvilke beskrivelser av tilstander som er tillatt og ikke, viser vi til retningslinjene punkt 4.3.2.

3.3.3 *Bruk av kilder*

Bruk av autoritative kilder vil lett oppfattes som en påstand om at behandlingen har effekt og er derfor som hovedregel ikke tillatt, jf. forskriftens § 2 annet ledd.

Eksempler er vitenskapelige studier eller forskning som omhandler behandleren eller den enkelte behandlingsform. Tilsvarende gjelder uttalelser, anbefalinger eller konklusjoner fra fagtidsskrifter, forskningsinstitusjoner og lignende. Uttalelser hvor helsepersonell går god for en alternativ behandlingsform vil lett kunne gi inntrykk av at behandlingsformen har effekt og er ikke tillatt å bruke i markedsføringen.

Uttalelser fra fornøyde kunder, brukerundersøkelser og lignende kan heller ikke benyttes i markedsføringen. Forbudet gjelder også for henvisninger til artikler i ukeblad, dagspresse, blogger etc.

Det skal ikke være mulig å omgå forbudet mot effektpåstander ved å henvise til kilder som ligger utenfor den enkelte utøvers markedsføring. Lenker til andre internettsider vil som hovedregel bli ansett som en del av behandlerens markedsføring. Det bør således utvises aktsomhet ved bruk av slike lenker.

3.4 **Forbud mot markedsføring av behandling av sykdommer og lidelser som alternative behandlere ikke har lov til å behandle jf. alternativloven §§ 5-7**

Forskriftens § 2 tredje ledd fastslår at den som tilbyr alternativ behandling ikke kan markedsføre behandlingsformer eller behandling av sykdommer eller lidelser som man etter alternativlovens §§ 5-7 mv. ikke har lov til å behandle.

I praksis innebærer dette et forbud mot markedsføring av medisinske inngrep eller behandling som kan medføre alvorlig helserisiko, behandling av allmennfarlige smittsomme sykdommer og av såkalte alvorlige sykdommer og lidelser.³

4. **Forbrukerombudets vurdering av markedsføringen av alternativ behandling fra Monica Hopland**

4.1 **Markedsføring av effektpåstander**

Forbrukerombudet har under kontrollaksjonen vurdert markedsføringen på din hjemmeside <http://healermonica.no>. I markedsføringen brukes det følgende beskrivelser av hva som kan forventes å oppnås ved healing som du tilbyr:

³ Liste over allmennfarlige smittsomme sykdommer gitt etter Forskrift om allmennfarlige smittsomme (1994), sist endret 26. mars 2003, finnes her: <http://www.fhi.no/dokumenter/4c1dc70acf.pdf>.

Beskrivelsen av effekten av healing, bla. ved utsagn som «jeg har hjulpet mennesker», er knyttet til konkrete sykdommer og lidelser. Blant annet hevdes det at healingen vil ha en virkning mot følgende konkrete sykdommer, diagnoser og lidelser:

Det vises til at «*jeg har hjulpet mennesker med migrene, hodepine, "Frozen shoulder", tennisalbue, ryggplager, nakkeplager, skulderproblemer, knær som svikter, forskjellige typer eksem, astmaplager, angst, depresjon, tungsinn, med mer*». Dette må sees i sammenheng med at det også fremkommer at du har «*behandlet hundrevis av kunder*».

Forbrukerombudets vurdering er at markedsføringen gir den jevne forbruker et klart inntrykk av at healingen som du tilbyr har en effekt på migrene, hodepine, "Frozen shoulder", tennisalbue, ryggplager, nakkeplager, skulderproblemer, knær som svikter, forskjellige typer eksem, astmaplager, angst, depresjon (...) med mer.

Markedsføringen er i strid med forbudet mot bruk av effektpåstander i alternativloven § 8 fjerde ledd jf. forskriften § 2 annet ledd og dermed ulovlig.

Forbrukerombudet ber derfor om at Monica Hopland umiddelbart endrer markedsføringen slik at den er i tråd med forskriften, herunder fjerner den aktuelle effektpåstanden.

Bruk av kilder i markedsføring

På nettsiden <http://healermonica.no/> er det inntatt lenker til oppslag med deg i ulike media, herunder artikler i Stavanger Aftenblad og Solabladet, samt en reportasje i ukebladet Allers. Felles for medieoppslagene er at de viser til kunder som har mottatt behandling fra deg, samt dine utsagn om virkningen av healing som behandlingsform.

I Stavanger Aftenblads artikkel uttaler du at «noen får løst problemene sine, andre ikke». I samme artikkel er det intervju med en kunde der vedkommende viser til at hennes gluten- og melkeintoleranse ble bra, etter å ha mottatt healing fra deg

Forbrukerombudets vurdering er at den jevne forbruker vil oppfatte lenkene til medieoppslagene slik at den markedsførte behandlingsformen som du tilbyr har effekt på konkrete sykdommer, diagnoser og lidelser, i dette tilfellet gluten- og melkeintoleranse.

Markedsføringen er i strid med forbudet mot bruk av effektpåstander i alternativloven § 8 fjerde ledd jf. forskriften § 2 annet ledd og dermed ulovlig.

Forbrukerombudet ber om at du umiddelbart endrer markedsføringen slik at den er i tråd med forskriften, herunder fjerner de aktuelle kildehenvisningene.

4.2 Markedsføring av behandling av sykdommer og lidelser som alternative behandlere ikke har lov til å behandle jf. alternativloven §§ 5-7

På hjemmesiden http://healermonica.no under overskriften «evner» markedsfører du behandling av migrene.

Migrene er å anse som en alvorlig sykdom og behandling av denne diagnosen skal derfor kun gjøres av helsepersonell, jf. alternativlovens §§ 5-7. Som alternativ behandler har du ikke lov å behandle denne sykdommen.

Annonsen er i strid med forbudet i forskriftens § 2 tredje ledd mot markedsføring av behandlingsformer og behandling av sykdommer og lidelser som alternative behandlere ikke har lov til å utøve eller behandle.

Forbrukerombudet ber om at Monica Hopland umiddelbart fjerner den aktuelle markedsføringen fra samtlige medier og avstår fra denne typen markedsføring i fremtiden.

5. Krav om innrettelse

Forbrukerombudet ber om at Monica Hopland umiddelbart gjennomgår sin markedsføring i alle medier og gjør de endringer som er nødvendige for at markedsføringen skal være i tråd med kravene som følger av alternativloven, forskriften og Forbrukerombudets retningslinjer.

Ta gjerne kontakt med Tonje Hovde Skjelbostad på e-post ths@forbrukerombudet.no eller telefonnummer 91 61 87 29 dersom du har noen spørsmål i denne forbindelse.

6. Avslutning

Ettersom dette er vår første henvendelse til deg vedrørende overtredelse av alternativloven og forskriften vil saken med dette bli avsluttet fra vår side.

Dersom vi ikke hører noe fra deg legger vi til grunn at enkeltpersonforetaket Monica Hopland vil innrette sin fremtidige markedsføring slik at den er i tråd med gjeldende lover og regler.

Er du uenig i faktum eller vår vurdering, eller ønsker ytterligere opplysninger, regner vi med å høre fra deg så **snart som mulig og senest innen 3 uker**.

Forbrukerombudet tar forbehold om å vektlegge denne saken ved en eventuell senere oppfølging av enkeltpersonforetaket Monica Hoplands markedsføring av alternativ behandling.

Vi gjør oppmerksom på at markedsføringsloven § 40 jf. § 39 jf. § 34 gir Forbrukerombudet og Markedsrådet hjemmel til å legge ned forbud mot handlinger i strid med markedsføringsloven kapittel 1 til 5. I forbindelse med at det fattes forbudsvedtak skal det som hovedregel fastsettes en tvangsmulkt etter § 42.

Med vennlig hilsen
For Forbrukerombudet

Tonje Hovde Skjelbostad
Fagdirektør

Vedlegg:

- Kopi av markedsføring
- Utskrift av Lov om alternativ behandling (LOV 2003-06-27)
- Utskrift av Forskrift om markedsføring av alternativ behandling av sykdom (FOR 2003-12-11)
- Forbrukerombudet retningslinjer for markedsføring av alternativ behandling

Kopi: Norsk Spiritualist Forening



FORBRUKEROMBUDET

JR Energimedisinsk terapi v/Jarl Roar Simenstad
CO/Klinikk Røa
0756 OSLO

Deres ref.

Vår ref.
Sak nr: 14/613-1
Saksbehandler: Tonje Hovde Skjelbostad
Dir.tlf: 91 61 87 29

Dato:
18.03.2014

Kontrollaksjon - Markedsføring av alternativ behandling

1. Innledning

Forbrukerombudet fører tilsyn med at de næringsdrivendes markedsføring, handelspraksis og avtalevilkår i forbrukerforhold er i samsvar med markedsføringsloven (mfl.). Les loven på: www.forbrukerombudet.no

Forbrukerombudet skal, også ut fra hensynet til forbrukerne, føre tilsyn med at markedsføring fra tilbydere av alternativ behandling er i samsvar med lov om alternativ behandling av sykdom (**alternativloven**)¹ og tilhørende forskrift om markedsføring av alternativ behandling av sykdom (**forskriften**).²

Forbrukerombudet har utarbeidet retningslinjer som tar sikte på å gi en enkel oversikt over hvilke krav forskriften stiller ved markedsføring av alternativ behandling.

./ En kopi av retningslinjene følger vedlagt.

Tilbudet av alternativ behandling er stort, med over 200 ulike behandlingsformer. Bruken av alternativ behandling har hatt en kraftig økning de siste årene. I følge undersøkelser har en tredjedel av den voksne befolkningen i Norge benyttet seg av alternativ behandling. I 2012 brukte nordmenn ca. 4 milliarder kroner på alternativ behandling. Dette viser at nordmenn ønsker å bruke alternativ behandling.

Regelverket for markedsføring av alternativ behandling er strengt. All alternativ behandling har det til felles at effekten av behandlingsformene ikke er dokumentert. Derfor er det blant annet ikke lov å benytte effektpåstander i markedsføringen. Bruk av effektpåstander i markedsføring kan føre til at forbrukerne får urealistiske forhåpninger om at en behandling uten dokumentert effekt skal kunne hjelpe dem.

Enkelte brukere av alternativ behandling er forbrukere i en potensielt sårbar posisjon; kronisk syke, personer uten klare diagnoser, personer som venter i helsekø osv. Alternativ behandling kan også ha økonomiske konsekvenser for forbrukerne fordi behandlingen ofte er kostbar.

I lys av det ovennevnte er Forbrukerombudets standpunkt at det er viktig ut fra hensynet til forbrukerne å håndheve de strenge reglene for markedsføring av alternativ behandling.

¹ Lov av 27. juni 2003 nr. 64

² Forskrift av 11. desember 2003, gitt i medhold av alternativloven § 8 femte ledd

2. Forbrukerombudets og Statens helsetilsynets kontrollaksjon 13. mars 2014

Forbrukerombudet har de siste årene gjennomført flere kontrollaksjoner der vi har undersøkt markedsføringen til et større antall tilbydere av alternativ behandling.

Ett av punktene på Forbrukerombudets virksomhetsplan for 2014 er å gjennomføre en ny kontrollaksjon på markedsføring av alternativ behandling med særlig fokus på bruk av påstander om at alternativ behandling har virkning på konkrete alvorlige sykdommer og lidelser – såkalte effektpåstander.³

I samarbeid med Statens helsetilsynet gjennomførte Forbrukerombudet den planlagte kontrollaksjonen 13. mars 2014.

Statens Helsetilsyn fokuserte i sine undersøkelser hovedsakelig på om autorisert helsepersonell som tilbyr alternativ behandling fulgte kravene for markedsføring i helsepersonellovens § 13. Bestemmelsen fastslår at markedsføring av helse- og omsorgstjenester skal være forsvarlig, nøktern og saklig.

Forbrukerombudet konsentrerte sine undersøkelser til om markedsføringen var i tråd med alternativlovens § 8 fjerde ledd og forskriftens § 2. Se beskrivelse under punkt 3.

Forbrukerombudet undersøkte markedsføring av alternativ behandling på internett og i aviser, og markedsføring til aktører vi tidligere har hatt saker mot, samt alle klager og tips vi har mottatt i 2013 og hittil i 2014. Totalt kontrollerte Forbrukerombudet og Statens helsetilsyn markedsføring fra over 250 tilbydere av alternativ behandling.

Under kontrollaksjonen registrerte Forbrukerombudet markedsføring av alternativ behandling fra JR Energimedisinsk Terapi («JR») som ikke er i tråd med alternativlovens og forskriftens krav. En kopi av markedsføringen følger vedlagt.

Vi vil i det følgende redegjøre for de rettslige kravene som stilles ved markedsføring av alternativ behandling, og vår vurdering av den aktuelle markedsføringen fra JR.

3. Rettslige krav ved markedsføring av alternativ behandling

3.1 Utgangpunkt

Kravene i forskriftens § 2 gjelder annonsering og markedsføring av enhver art og i ethvert medium, jf. forskriftens § 3.

Markedsføringen skal vurderes ut fra det umiddelbare inntrykket den antas å gi den jevne forbruker, jf. forskriftens § 4. Det vil si at det ikke har betydning hva markedsføringen var ment å formidle. Det avgjørende er hvordan den jevne forbruker oppfatter budskapet i markedsføringen ut fra en helhetsvurdering av tekst, bilder/illustrasjoner og utforming.

3.2 Hovedregel

Alternativlovens § 8 fjerde ledd og forskriftens § 2 første ledd fastslår at den som tilbyr alternativ behandling skal gi *"en nøktern og saklig beskrivelse av virksomhetens art"*.

³ Se punkt 12 «helse» i Forbrukerombudets virksomhetsplan på www.forbrukerombudet.no.

Kravet om at markedsføringen må være "nøktern" innebærer særlig at den ikke må inneholde opplysninger som kan villedе forbrukerne. Eksempelvis ved å unnlate å opplyse om uheldige skader av behandlingen.

Kravet om saklighet medfører særlig at markedsføringen ikke må utformes slik at den på en utilbørlig måte undergraver eller svekker tilliten til den ordinære helsetjeneste, til helsepersonell eller andre former for alternativ behandling eller behandlere. Eksempelvis å markedsføre sine egne behandlingsmetoder som de eneste kvalifiserte på sitt felt.

Med begrepet "virksomhetens art" menes i tillegg til opplysninger av mer forretningsmessig karakter, også opplysninger om de ulike behandlingsformer som utøveren tilbyr, hva disse går ut på og hvordan disse gjennomføres, samt en nøktern beskrivelse av hvilke tilstander de brukes ved.

3.3 Forbud mot bruk av effektpåstander

I forskriftens § 2 annet ledd er det presisert og utdypet hva slags opplysninger eller påstander som *ikke* kan benyttes i markedsføring av alternativ behandling.

Bestemmelsen slår fast at det i markedsføring av alternativ behandling ikke kan benyttes: *"påstander om at en behandlingsform har virkning mot konkrete sykdommer eller lidelser eller på andre måter utformer markedsføringen slik at den gir dette inntrykket."*

Dette er i realiteten et forbud mot bruk av effektpåstander ved markedsføring av alternativ behandling.

Formålet med bestemmelsen er å hindre at det benyttes uriktige eller udokumenterte påstander om eksempelvis hva den markedsførte alternative behandlingen eller behandlingsformen kan hjelpe mot, hvor stor bedring som kan påregnes og hvor stor sannsynlighet det er for at behandlingen kan ha effekt.

Påstander om behandlingseffekt krever som utgangspunkt at tilbyder må kunne fremlegge anerkjent forskningsmaterialer som kan dokumentere disse påstandene. Tilbydere av alternativ behandling kan ikke oppfylle dette kravet og slike påstander er derfor forbudt.

En tommelfingerregel er:

Jo mer konkrete tilstander (sykdommer eller lidelser) som angis i markedsføringen, desto mer forsiktig må man være med å omtale hva som kan oppnås ved behandlingen.

3.3.1 Beskrivelse av hva som kan oppnås ved behandlingen

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

Det er derfor viktig å utvise aktsomhet dersom man beskriver hva som kan oppnås ved behandlingen i markedsføring.

For en nærmere redegjørelse av hvilke beskrivelse av effekt/virkning som ikke er tillatt og hvilke som kan være tillatt, viser vi til de vedlagte retningslinjer punkt 4.3.1.

3.3.2 *Beskrivelse av tilstander*

I lys av at det er forbudt å fremsette påstander om at en alternativ behandling eller behandlingsform har virkning mot konkrete sykdommer eller lidelser, er det viktig å vise aktsomhet ved beskrivelsen av hvilke tilstander behandlingen kan benyttes ved.

For en nærmere redegjørelse av hvilke beskrivelser av tilstander som er tillatt og ikke, viser vi til retningslinjene punkt 4.3.2.

3.3.3 *Bruk av kilder*

Bruk av autoritative kilder vil lett oppfattes som en påstand om at behandlingen har effekt og er derfor som hovedregel ikke tillatt, jf. forskriftens § 2 annet ledd.

Eksempler er vitenskapelige studier eller forskning som omhandler behandleren eller den enkelte behandlingsform. Tilsvarende gjelder uttalelser, anbefalinger eller konklusjoner fra fagtidsskrifter, forskningsinstitusjoner og lignende. Uttalelser hvor helsepersonell går god for en alternativ behandlingsform vil lett kunne gi inntrykk av at behandlingsformen har effekt og er ikke tillatt å bruke i markedsføringen.

Uttalelser fra fornøyde kunder, brukerundersøkelser og lignende kan heller ikke benyttes i markedsføringen. Forbudet gjelder også for henvisninger til artikler i ukeblad, dagspresse, blogger etc.

Det skal ikke være mulig å omgå forbudet mot effektpåstander ved å henvise til kilder som ligger utenfor den enkelte utøvers markedsføring. Lenker til andre internettsider vil som hovedregel bli ansett som en del av behandlerens markedsføring. Det bør således utvises aktsomhet ved bruk av slike lenker.

3.4 **Forbud mot markedsføring av behandling av sykdommer og lidelser som alternative behandlere ikke har lov til å behandle jf. alternativloven §§ 5-7**

Forskriftens § 2 tredje ledd fastslår at den som tilbyr alternativ behandling ikke kan markedsføre behandlingsformer eller behandling av sykdommer eller lidelser som man etter alternativlovens §§ 5-7 mv. ikke har lov til å behandle.

I praksis innebærer dette et forbud mot markedsføring av medisinske inngrep eller behandling som kan medføre alvorlig helserisiko, behandling av allmennfarlige smittsomme sykdommer og av såkalte alvorlige sykdommer og lidelser.⁴

4. **Forbrukerombudets vurdering av markedsføringen av alternativ behandling fra JR Energimedisinsk Terapi**

4.1 **Markedsføring av effektpåstander**

Forbrukerombudet har mottatt tips om JR Energimedisinsk Terapis markedsføring av alternativ behandling på hjemmesiden: <http://www.energimedisinterapi.no/>

⁴ Henvisning til liste finnes her: jf. Helsetilsynet

I markedsføringen brukes det følgende beskrivelser av hva forbrukerne kan forvente å oppnå ved de alternative behandlingsformene som JR tilbyr:

«Et bredt spekter av terapier [Guptaprogramme, refleksologi, mihealth, E-lybra, nesHealth og tankefeltterapi] og kan derfor behandle en rekke problemer og plager», «gjør ofte kombinasjonsbehandlinger mellom disse terapiene da jeg opplever at det som oftest gir langt bedre resultater» og «størst erfaring og suksess innenfor følgende områder(...)»

Beskrivelsen av effekten av behandlingsformene er knyttet til konkrete sykdommer og lidelser. Blant annet hevdes det at behandlingene vil ha en virkning mot følgende konkrete sykdommer, diagnoser og lidelser:

«ME/CFS, nakke/rygg/hofte og bekkenproblemer».

Forbrukerombudets vurdering er at markedsføringen gir den jevne forbruker et klart inntrykk av at de alternative behandlingsformene som JR tilbyr har en effekt på ME/CFS, nakke-, rygg-, hofte- og bekkenproblemer.

Markedsføringen er i strid med forbudet mot bruk av effektpåstander i alternativloven § 8 fjerde ledd jf. forskriften § 2 annet ledd og dermed ulovlig.

Forbrukerombudet ber derfor om at umiddelbart endrer markedsføringen slik at den er i tråd med forskriften, herunder fjerner de aktuelle effektpåstandene.

Bruk av kilder i markedsføring

På nettsiden til JR Energimedisinsk Terapi <http://www.energimedisinterapi.no/> vises det til kunders tilbakemeldinger etter endt behandling. Eksempelvis vises det til Christian, som mottok behandling for korsryggen, svimmelhet, øresus, stiv nakke og vondt i hodet med en rekke ulike behandlingsformer, og at han er «veldig fornøyd nå» etter behandlingen. Det vises også til Jon som skriver at han fikk konstatert problemer med fotregionen og mottok behandling for dette, og at «ukene etter kom jeg til kontroll og alt var ok».

Forbrukerombudets vurdering er at den jevne forbruker vil oppfatte henvisning til ulike kunders tilbakemeldinger, slik at de markedsførte behandlingsformene har en effekt på en rekke ulike sykdommer, diagnoser og lidelser.

Markedsføringen er i strid med forbudet mot bruk av effektpåstander i alternativloven § 8 fjerde ledd jf. forskriften § 2 annet ledd og dermed ulovlig.

Forbrukerombudet ber om at JR Energimedisinsk Terapi umiddelbart om å endre markedsføringen slik at den er i tråd med forskriften, herunder fjerner de aktuelle kildehenvisningene.

4.2 Markedsføring av behandling av sykdommer og lidelser som alternative behandlere ikke har lov til å behandle jf. alternativloven §§ 5-7

På nettsiden oppgir JR Energimedisinsk Terapi at ME behandles med bruk av Gupta-programme, også i kombinasjon med behandlingsformene refleksologi, Mi-Health, E-Lybra og NesHealth.

ME er å anse som en alvorlig sykdom og behandling av denne skal derfor kun gjøres av helsepersonell, jf. alternativlovens §§ 5-7. Som alternativ behandler har du ikke lov å behandle disse sykdommene.

Informasjonen som gis på nettsiden er i strid med forbudet i forskriftens § 2 tredje ledd mot markedsføring av behandlingsformer og behandling av sykdommer og lidelser som alternative behandlere ikke har lov til å utøve eller behandle.

Forbrukerombudet ber om at JR Energimedisinsk Terapi umiddelbart fjerner den aktuelle markedsføringen fra samtlige medier og avstår fra denne typen markedsføring i fremtiden.

5. Krav om innrettelse

Forbrukerombudet ber om at JR Energimedisinsk Terapi umiddelbart gjennomgår sin markedsføring i alle medier og gjør de endringer som er nødvendige for at markedsføringen skal være i tråd med kravene som følger av alternativloven, forskriften og Forbrukerombudets retningslinjer.

Ta gjerne kontakt med Tonje Hovde Skjelbostad på e-post ths@forbrukerombudet.no eller telefonnummer 91 61 87 29 dersom du har noen spørsmål i denne forbindelse.

6. Avslutning

Ettersom dette er vår første henvendelse til dere vedrørende overtredelse av alternativloven og forskriften vil saken med dette bli avsluttet fra vår side.

Dersom vi ikke hører noe fra deg, legger vi til grunn at JR Energimedisinsk Terapi vil innrette sin fremtidige markedsføring slik at den er i tråd med gjeldende lover og regler.

Er dere uenig i faktum eller vår vurdering, eller ønsker ytterligere opplysninger, regner vi med å høre fra deg så **snart som mulig og senest innen 3 uker**.

Forbrukerombudet tar forbehold om å vektlegge denne saken ved en eventuell senere oppfølging av JR Energimedisinsk Terapi markedsføring av alternativ behandling.

Vi gjør oppmerksom på at markedsføringsloven § 40 jf. § 39 jf. § 34 gir Forbrukerombudet og Markedsrådet hjemmel til å legge ned forbud mot handlinger i strid med markedsføringsloven kapittel 1 til 5. I forbindelse med at det fattes forbudsvedtak skal det som hovedregel fastsettes en tvangsmulkt etter § 42.

Med vennlig hilsen
for Forbrukerombudet

Tonje Hovde Skjelbostad
Fagdirektør

Vedlegg:

- Kopi av markedsføring
- Utskrift av Lov om alternativ behandling (LOV 2003-06-27)
- Utskrift av Forskrift om markedsføring av alternativ behandling av sykdom (FOR 2003-12-11)
- Forbrukerombudet retningslinjer for markedsføring av alternativ behandling



FORBRUKEROMBUDET

Klinikk Isis
Jarlev. 8 a
7041 TRONDHEIM

Deres ref.

Vår ref.
Sak nr: 14/629-2
Saksbehandler: Tonje Hovde Skjelbostad
Dir.tlf: 91 61 87 29

Dato:
18.03.2014

Markedsføring av alternativ behandling fra Klinikk Isis

1. Innledning

Forbrukerombudet fører tilsyn med at de næringsdrivendes markedsføring, handelspraksis og avtalevilkår i forbrukerforhold er i samsvar med markedsføringsloven (mfl.). Les loven på: www.forbrukerombudet.no

Forbrukerombudet skal, også ut fra hensynet til forbrukerne, føre tilsyn med at markedsføring fra tilbydere av alternativ behandling er i samsvar med lov om alternativ behandling av sykdom (**alternativloven**)¹ og tilhørende forskrift om markedsføring av alternativ behandling av sykdom (**forskriften**).²

Forbrukerombudet har utarbeidet retningslinjer som tar sikte på å gi en enkel oversikt over hvilke krav forskriften stiller ved markedsføring av alternativ behandling.

./ En kopi av retningslinjene følger vedlagt.

Tilbudet av alternativ behandling er stort, med over 200 ulike behandlingsformer. Bruken av alternativ behandling har hatt en kraftig økning de siste årene. I følge undersøkelser har en tredjedel av den voksne befolkningen i Norge benyttet seg av alternativ behandling. I 2012 brukte nordmenn ca. 4 milliarder kroner på alternativ behandling. Dette viser at nordmenn ønsker å bruke alternativ behandling.

Regelverket for markedsføring av alternativ behandling er strengt. All alternativ behandling har det til felles at effekten av behandlingsformene ikke er dokumentert. Derfor er det blant annet ikke lov å benytte effektpåstander i markedsføringen. Bruk av effektpåstander i markedsføring kan føre til at forbrukerne får urealistiske forhåpninger om at en behandling uten dokumentert effekt skal kunne hjelpe dem.

Enkelte brukere av alternativ behandling er forbrukere i en potensielt sårbar posisjon; kronisk syke, personer uten klare diagnoser, personer som venter i helsekø osv. Alternativ behandling kan også ha økonomiske konsekvenser for forbrukerne fordi behandlingen ofte er kostbar.

¹ Lov av 27. juni 2003 nr. 64

² Forskrift av 11. desember 2003, gitt i medhold av alternativloven § 8 femte ledd

I lys av det ovennevnte er Forbrukerombudets standpunkt at det er viktig ut fra hensynet til forbrukerne å håndheve de strenge reglene for markedsføring av alternativ behandling.

2. Forbrukerombudets og Statens helsetilsynets kontrollaksjon 13. mars 2014

Forbrukerombudet har de siste årene gjennomført flere kontrollaksjoner der vi har undersøkt markedsføringen til et større antall tilbydere av alternativ behandling.

Ett av punktene på Forbrukerombudets virksomhetsplan for 2014 er å gjennomføre en ny kontrollaksjon på markedsføring av alternativ behandling med særlig fokus på bruk av påstander om at alternativ behandling har virkning på konkrete alvorlige sykdommer og lidelser – såkalte effektpåstander.³

I samarbeid med Statens helsetilsynet gjennomførte Forbrukerombudet den planlagte kontrollaksjonen 13. mars 2014.

Statens Helsetilsyn fokuserte i sine undersøkelser hovedsakelig på om autorisert helsepersonell som tilbyr alternativ behandling fulgte kravene for markedsføring i helsepersonellovens § 13. Bestemmelsen fastslår at markedsføring av helse- og omsorgstjenester skal være forsvarlig, nøktern og saklig.

Forbrukerombudet konsentrerte sine undersøkelser til om markedsføringen var i tråd med alternativlovens § 8 fjerde ledd og forskriftens § 2. Se beskrivelse under punkt 3.

Forbrukerombudet undersøkte markedsføring av alternativ behandling på internett og i aviser, og markedsføring til aktører vi tidligere har hatt saker mot, samt alle klager og tips vi har mottatt i 2013 og hittil i 2014. Totalt kontrollerte Forbrukerombudet og Statens helsetilsyn markedsføring fra 230 tilbydere av alternativ behandling.

Under kontrollaksjonen registrerte Forbrukerombudet markedsføring av alternativ behandling fra Klinikk Isis som ikke er i tråd med alternativlovens og forskriftens krav. En kopi av eksempel på den lovstridige markedsføringen følger vedlagt.

Vi vil i det følgende redegjøre for de rettslige kravene som stilles ved markedsføring av alternativ behandling, og vår vurdering av den aktuelle markedsføringen fra Klinikk Isis.

3. Rettslige krav ved markedsføring av alternativ behandling

3.1 Utgangspunkt

Kravene i forskriftens § 2 gjelder annonsering og markedsføring av enhver art og i ethvert medium, jf. forskriftens § 3.

Markedsføringen skal vurderes ut fra det umiddelbare inntrykket den antas å gi den jevne forbruker, jf. forskriftens § 4. Det vil si at det ikke har betydning hva markedsføringen var ment å formidle. Det avgjørende er hvordan den jevne forbruker oppfatter budskapet i markedsføringen ut fra en helhetsvurdering av tekst, bilder/illustrasjoner og utforming.

³ Se punkt 12 «helse» i Forbrukerombudets virksomhetsplan på www.forbrukerombudet.no.

3.2 Hovedregel

Alternativlovens § 8 fjerde ledd og forskriftens § 2 første ledd fastslår at den som tilbyr alternativ behandling skal gi *"en nøktern og saklig beskrivelse av virksomhetens art"*.

Kravet om at markedsføringen må være *"nøktern"* innebærer særlig at den ikke må inneholde opplysninger som kan villedende forbrukerne. Eksempelvis ved å unnlate å opplyse om uheldige skader av behandlingen.

Kravet om saklighet medfører særlig at markedsføringen ikke må utformes slik at den på en utilbørlig måte undergraver eller svekker tilliten til den ordinære helsetjeneste, til helsepersonell eller andre former for alternativ behandling eller behandlere. Eksempelvis å markedsføre sine egne behandlingsmetoder som de eneste kvalifiserte på sitt felt.

Med begrepet *"virksomhetens art"* menes i tillegg til opplysninger av mer forretningsmessig karakter, også opplysninger om de ulike behandlingsformer som utøveren tilbyr, hva disse går ut på og hvordan disse gjennomføres, samt en nøktern beskrivelse av hvilke tilstander de brukes ved.

3.3 Forbud mot bruk av effektpåstander

I forskriftens § 2 annet ledd er det presisert og utdypet hva slags opplysninger eller påstander som *ikke* kan benyttes i markedsføring av alternativ behandling.

Bestemmelsen slår fast at det i markedsføring av alternativ behandling ikke kan benyttes: *"påstander om at en behandlingsform har virkning mot konkrete sykdommer eller lidelser eller på andre måter utformer markedsføringen slik at den gir dette inntrykket."*

Dette er i realiteten et forbud mot bruk av effektpåstander ved markedsføring av alternativ behandling.

Formålet med bestemmelsen er å hindre at det benyttes uriktige eller udokumenterte påstander om eksempelvis hva den markedsførte alternative behandlingen eller behandlingsformen kan hjelpe mot, hvor stor bedring som kan påregnes og hvor stor sannsynlighet det er for at behandlingen kan ha effekt.

Påstander om behandlingseffekt krever som utgangspunkt at tilbyder må kunne fremlegge anerkjent forskningsmaterialer som kan dokumentere disse påstandene. Tilbydere av alternativ behandling kan ikke oppfylle dette kravet og slike påstander er derfor forbudt.

En tommelfingerregel er:

Jo mer konkrete tilstander (sykdommer eller lidelser) som angis i markedsføringen, desto mer forsiktig må man være med å omtale hva som kan oppnås ved behandlingen.

3.3.1 Beskrivelse av hva som kan oppnås ved behandlingen

Beskrivelsen av den markedsførte alternative behandlingen eller behandlingsformen og hva denne går ut på eller hvordan denne gjennomføres, må ikke være utformet slik at

den fremstår som påstander om at behandlingsformen er effektiv eller har virkning mot konkrete sykdommer, syndromer, lidelser eller spesifikke diagnoser.

Det er derfor viktig å utvise aktsomhet dersom man beskriver hva som kan oppnås ved behandlingen i markedsføring.

For en nærmere redegjørelse av hvilke beskrivelse av effekt/virkning som ikke er tillatt og hvilke som kan være tillatt, viser vi til de vedlagte retningslinjer punkt 4.3.1.

3.3.2 *Beskrivelse av tilstander*

I lys av at det er forbudt å fremsette påstander om at en alternativ behandling eller behandlingsform har virkning mot konkrete sykdommer eller lidelser, er det viktig å vise aktsomhet ved beskrivelsen av hvilke tilstander behandlingen kan benyttes ved.

Enkelte beskrivelser av tilstander er så konkret at det i praksis vil være vanskelig å benytte dem ved markedsføring av alternativ behandling uten å overtre forskriftens bestemmelser. Dette gjelder for eksempel medisinske diagnoser og mer folkelige navn på konkrete sykdommer og lidelser, fysiske så vel som psykiske.

For en nærmere redegjørelse av hvilke beskrivelser av tilstander som er tillatt og ikke, viser vi til retningslinjene punkt 4.3.2.

3.3.3 *Bruk av kilder*

Bruk av autoritative kilder vil lett oppfattes som en påstand om at behandlingen har effekt og er derfor som hovedregel ikke tillatt, jf. forskriftens § 2 annet ledd.

Eksempler er vitenskapelige studier eller forskning som omhandler behandleren eller den enkelte behandlingsform. Tilsvarende gjelder uttalelser, anbefalinger eller konklusjoner fra fagtidsskrifter, forskningsinstitusjoner og lignende. Uttalelser hvor helsepersonell går god for en alternativ behandlingsform vil lett kunne gi inntrykk av at behandlingsformen har effekt og er ikke tillatt å bruke i markedsføringen.

Uttalelser fra fornøyde kunder, brukerundersøkelser og lignende kan heller ikke benyttes i markedsføringen. Forbudet gjelder også for henvisninger til artikler i ukeblad, dagspresse, blogger etc.

Det skal ikke være mulig å omgå forbudet mot effektpåstander ved å henvise til kilder som ligger utenfor den enkelte utøvers markedsføring. Lenker til andre internettsider vil som hovedregel bli ansett som en del av behandlerens markedsføring. Det bør således utvises aktsomhet ved bruk av slike lenker.

3.4 **Forbud mot markedsføring av behandling av sykdommer og lidelser som alternative behandlere ikke har lov til å behandle jf. alternativloven §§ 5-7**

Forskriftens § 2 tredje ledd fastslår at den som tilbyr alternativ behandling ikke kan markedsføre behandlingsformer eller behandling av sykdommer eller lidelser som man etter alternativlovens §§ 5-7 mv. ikke har lov til å behandle.

I praksis innebærer dette et forbud mot markedsføring av medisinske inngrep eller behandling som kan medføre alvorlig helserisiko, behandling av allmennfarlige smittsomme sykdommer og av såkalte alvorlige sykdommer og lidelser.⁴

4. Forbrukerombudets vurdering av markedsføringen av alternativ behandling fra Klinikk Isis.

4.1 Markedsføring av effektpåstander

Forbrukerombudet registrerte under vår kontrollaksjon 13. februar 2014 markedsføring av alternativ behandling fra Klinikk Isis på nettsiden www.klinikkisis.no.

I markedsføringen brukes det følgende beskrivelser av hva forbrukerne kan forvente å oppnå ved den alternative behandlingen eller behandlingsformen som Klinikk Isis tilbyr:

- «*De vanligste plagene som behandles med TFT er emosjonelle og psykiske problemer angst, panikk, fobier, avhengighet og depresjon...*»
- «*Den mest utrolige oppdagelsen var da han fant ut hvordan uhelbredelige øyesykdommer kunne kureres med Akupunktur 2000 og 1 eller 2 ECIWO punkter.*»
- «*Metoden er svært skånsom og en kan derfor behandle osteoporose pasienter og whiplash pasienter. Mange nervale lidelser i sene og bandapparatet og ligamenter lar seg godt behandle.*»
- «*Utrolig effektiv på de fleste muskulære og nervale smerter i hele ryggen, bekken og hode. Over 150 Homøopraktikere i hele Norge har lært og praktiserer metoden.*»
- «*Multivib lavfrekvent pulserende lydmassasje er en meget effektiv behandling av ulike hverdagsplager som vond nakke, stive skuldre, frozen shoulder (...)*»
- «*Multivib behandling forandrer din hverdag. Multivib er godt for [våre utvalg] kols (...)*»

Beskrivelsene av effekten av de alternative behandlingsformene er knyttet til konkrete sykdommer og lidelser. Blant annet hevdes det at behandlingene vil ha en virkning mot følgende konkrete sykdommer, diagnoser og lidelser:

Osteoporose, whiplash, øyesykdommer, avhengighet, angst, depresjon, nervale smerter, frozen shoulder og kols.

Forbrukerombudets vurdering er at markedsføringen gir den jevne forbruker et klart inntrykk av at de alternative behandlingsformene TFT, Multivib, øreakupunktur og akupunktur 2000 som Klinikk Isis tilbyr har en effekt på de sykdommer og lidelser som er nevnt i det foregående.

Markedsføringen er i strid med forbudet mot bruk av effektpåstander i alternativloven § 8 fjerde ledd jf. forskriften § 2 annet ledd og dermed ulovlig.

⁴ Henvisning til liste finnes her: jf. Helsetilsynet

Forbrukerombudet ber derfor om at Klinikk Isis umiddelbart endrer markedsføringen slik at den er i tråd med forskriften, herunder fjerner de aktuelle effektpåstandene.

Bruk av kilder i markedsføring

På websiden www.klinikkisis.no under fanen «øreakupunktur» er det henvisninger til eksterne kilder, en fransk lege, hvor det sies «*øreakupunktur ble utviklet i Vesten av den franske legen Paul Nogier fra Lyon, og det finnes flere kart som viser hvordan nålepunkter i øret kan hjelpe mot migrene, astma, leddbetennelse. I 1957 publiserte Nogier sine oppdagelser i et tysk tidsskrift for akupunktur.*»

Forbrukerombudets vurdering er at den jevne forbruker vil oppfatte henvisningen til denne kilden slik at den markedsførte behandlingen som Klinikk Isis tilbyr har effekt på konkrete sykdommer, diagnoser og lidelser, i dette tilfellet migrene, astma og leddbetennelse.

Markedsføringen er i strid med forbudet mot bruk av effektpåstander i alternativloven § 8 fjerde ledd jf. forskriften § 2 annet ledd og dermed ulovlig.

Forbrukerombudet ber om at Klinikk Isis umiddelbart endrer markedsføringen slik at den er i tråd med forskriften, herunder fjerner de aktuelle kildehenvisningene.

4.2 Markedsføring av behandling av sykdommer og lidelser som alternative behandlere ikke har lov til å behandle jf. alternativloven §§ 5-7

Under fanen «fotsoneterapi/MULTIVIB» blir multivib markedsført som en behandling for sykdommen kols, med denne formuleringen «*Multivib behandling forandrer din hverdag. Multivib er godt for kols [vårt utvalg fra listen].* Kols anses som en alvorlig sykdom og behandling av denne skal derfor kun gjøres av helsepersonell, jf. alternativ lovens §§ 5-7. Som alternativ behandler har du/dere ikke lov å behandle disse sykdommene.

Annonsen er i strid med forbudet i forskriftens § 2 tredje ledd mot markedsføring av behandlingsformer og behandling av sykdommer og lidelser som alternative behandlere ikke har lov til å utøve eller behandle.

Forbrukerombudet ber om at Klinikk Isis umiddelbart fjerner den aktuelle markedsføringen fra samtlige medier og avstår fra denne typen markedsføring i fremtiden.

5. Krav om innrettelse

Forbrukerombudet ber om at Klinikk Isis umiddelbart gjennomgår sin markedsføring i alle medier og gjør de endringer som er nødvendige for at markedsføringen skal være i tråd med kravene som følger av alternativloven, forskriften og Forbrukerombudets retningslinjer.

Vi gjør oppmerksom på at de eksempler vi har vist til ovenfor ikke nødvendigvis er uttømmende. Dvs. at alle såkalte effektpåstander, der det for den jevne forbruker vil fremstå som at en behandlingsform har effekt på konkrete sykdommer eller lidelser, vil måtte fjernes fra markedsføringen.

Ta kontakt med Tonje Hovde Skjelbostad på e-post ths@forbrukerombudet.no dersom dere har spørsmål i denne forbindelse.

6. Avslutning

Ettersom dette er vår første henvendelse til dere vedrørende overtredelse av alternativloven og forskriften vil saken med dette bli avsluttet fra vår side.

Dersom vi ikke hører noe fra dere, legger vi til grunn at Klinikk Isis vil innrette sin fremtidig markedsføring slik at den er i tråd med gjeldende lover og regler.

Er dere uenig i faktum eller vår vurdering, eller ønsker ytterligere opplysninger, regner vi med å høre fra dere så **snart som mulig og senest innen 3 uker**.

Forbrukerombudet tar forbehold om å vektlegge denne saken ved en eventuell senere oppfølging av Klinikk Isis' markedsføring av alternativ behandling.

Vi gjør oppmerksom på at markedsføringsloven § 40 jf. § 39 jf. § 34 gir Forbrukerombudet og Markedsrådet hjemmel til å legge ned forbud mot handlinger i strid med markedsføringsloven kapittel 1 til 5. I forbindelse med at det fattes forbudsvedtak skal det som hovedregel fastsettes en tvangsmulkt etter § 42.

Med vennlig hilsen
for Forbrukerombudet

Tonje Hovde Skjelbostad
Fagdirektør

Vedlegg:

- Kopi av markedsføring
- Utskrift av Lov om alternativ behandling (LOV 2003-06-27)
- Utskrift av Forskrift om markedsføring av alternativ behandling av sykdom (FOR 2003-12-11)
- Forbrukerombudet retningslinjer for markedsføring av alternativ behandling



FORBRUKEROMBUDET

Randi Ellinor Malmedal
Isfjorden
6320 ISFJORDEN

Deres ref.

Vår ref.
Sak nr: 14/634-1
Saksbehandler: Hanne Winther Martinusen
Dir.tlf:

Dato:
18.03.2014

Kontrollaksjon - Markedsføring av alternativ behandling

1. Innledning

Forbrukerombudet fører tilsyn med at de næringsdrivendes markedsføring, handelspraksis og avtalevilkår i forbrukerforhold er i samsvar med markedsføringsloven (mfl.). Les loven på: www.forbrukerombudet.no

Forbrukerombudet skal, også ut fra hensynet til forbrukerne, føre tilsyn med at markedsføring fra tilbydere av alternativ behandling er i samsvar med lov om alternativ behandling av sykdom (**alternativloven**)¹ og tilhørende forskrift om markedsføring av alternativ behandling av sykdom (**forskriften**).²

Forbrukerombudet har utarbeidet retningslinjer som tar sikte på å gi en enkel oversikt over hvilke krav forskriften stiller ved markedsføring av alternativ behandling.

./ En kopi av retningslinjene følger vedlagt.

Tilbudet av alternativ behandling er stort, med over 200 ulike behandlingsformer. Bruken av alternativ behandling har hatt en kraftig økning de siste årene. I følge undersøkelser har en tredjedel av den voksne befolkningen i Norge benyttet seg av alternativ behandling. I 2012 brukte nordmenn ca. 4 milliarder kroner på alternativ behandling. Dette viser at nordmenn ønsker å bruke alternativ behandling.

Regelverket for markedsføring av alternativ behandling er strengt. All alternativ behandling har det til felles at effekten av behandlingsformene ikke er dokumentert. Derfor er det blant annet ikke lov å benytte effektpåstander i markedsføringen. Bruk av effektpåstander i markedsføring kan føre til at forbrukerne får urealistiske forhåpninger om at en behandling uten dokumentert effekt skal kunne hjelpe dem.

Enkelte brukere av alternativ behandling er forbrukere i en potensielt sårbar posisjon; kronisk syke, personer uten klare diagnoser, personer som venter i helsekø osv. Alternativ behandling kan også ha økonomiske konsekvenser for forbrukerne fordi behandlingen ofte er kostbar.

I lys av det ovennevnte er Forbrukerombudets standpunkt at det er viktig ut fra hensynet til forbrukerne å håndheve de strenge reglene for markedsføring av alternativ behandling.

¹ Lov av 27. juni 2003 nr. 64

² Forskrift av 11. desember 2003, gitt i medhold av alternativloven § 8 femte ledd

2. Forbrukerombudets og Statens helsetilsynets kontrollaksjon 13. mars 2014

Forbrukerombudet har de siste årene gjennomført flere kontrollaksjoner der vi har undersøkt markedsføringen til et større antall tilbydere av alternativ behandling.

Ett av punktene på Forbrukerombudets virksomhetsplan for 2014 er å gjennomføre en ny kontrollaksjon på markedsføring av alternativ behandling med særlig fokus på bruk av påstander om at alternativ behandling har virkning på konkrete alvorlige sykdommer og lidelser – såkalte effektpåstander.³

I samarbeid med Statens helsetilsynet gjennomførte Forbrukerombudet den planlagte kontrollaksjonen 13. mars 2014.

Statens Helsetilsyn fokuserte i sine undersøkelser hovedsakelig på om autorisert helsepersonell som tilbyr alternativ behandling fulgte kravene for markedsføring i helsepersonellovens § 13. Bestemmelsen fastslår at markedsføring av helse- og omsorgstjenester skal være forsvarlig, nøktern og saklig.

Forbrukerombudet konsentrerte sine undersøkelser til om markedsføringen var i tråd med alternativlovens § 8 fjerde ledd og forskriftens § 2. Se beskrivelse under punkt 3.

Forbrukerombudet undersøkte markedsføring av alternativ behandling på internett og i aviser, og markedsføring til aktører vi tidligere har hatt saker mot, samt alle klager og tips vi har mottatt i 2013 og hittil i 2014. Totalt kontrollerte Forbrukerombudet og Statens helsetilsyn markedsføring fra over 250 tilbydere av alternativ behandling.

Under kontrollaksjonen registrerte Forbrukerombudet markedsføring av alternativ behandling fra Randi Ellinor Malmedal som ikke er i tråd med
./.. alternativlovens og forskriftens krav. En kopi av markedsføringen følger vedlagt.

Vi vil i det følgende redegjøre for de rettslige kravene som stilles ved markedsføring av alternativ behandling, og vår vurdering av den aktuelle markedsføringen fra Randi Ellinor Malmedal.

3. Rettslige krav ved markedsføring av alternativ behandling

3.1 Utgangspunkt

Kravene i forskriftens § 2 gjelder annonsering og markedsføring av enhver art og i ethvert medium, jf. forskriftens § 3.

Markedsføringen skal vurderes ut fra det umiddelbare inntrykket den antas å gi den jevne forbruker, jf. forskriftens § 4. Det vil si at det ikke har betydning hva markedsføringen var ment å formidle. Det avgjørende er hvordan den jevne forbruker oppfatter budskapet i markedsføringen ut fra en helhetsvurdering av tekst, bilder/illustrasjoner og utforming.

³ Se punkt 12 «helse» i Forbrukerombudets virksomhetsplan på www.forbrukerombudet.no.

3.2 Hovedregel

Alternativlovens § 8 fjerde ledd og forskriftens § 2 første ledd fastslår at den som tilbyr alternativ behandling skal gi *"en nøktern og saklig beskrivelse av virksomhetens art"*.

Kravet om at markedsføringen må være *"nøktern"* innebærer særlig at den ikke må inneholde opplysninger som kan villedе forbrukerne. Eksempelvis ved å unnlate å opplyse om uheldige skader av behandlingen.

Kravet om saklighet medfører særlig at markedsføringen ikke må utformes slik at den på en utilbørlig måte undergraver eller svekker tilliten til den ordinære helsetjeneste, til helsepersonell eller andre former for alternativ behandling eller behandlere. Eksempelvis å markedsføre sine egne behandlingsmetoder som de eneste kvalifiserte på sitt felt.

Med begrepet *"virksomhetens art"* menes i tillegg til opplysninger av mer forretningsmessig karakter, også opplysninger om de ulike behandlingsformer som utøveren tilbyr, hva disse går ut på og hvordan disse gjennomføres, samt en nøktern beskrivelse av hvilke tilstander de brukes ved.

3.3 Forbud mot bruk av effektpåstander

I forskriftens § 2 annet ledd er det presisert og utdypet hva slags opplysninger eller påstander som *ikke* kan benyttes i markedsføring av alternativ behandling.

Bestemmelsen slår fast at det i markedsføring av alternativ behandling ikke kan benyttes: *"påstander om at en behandlingsform har virkning mot konkrete sykdommer eller lidelser eller på andre måter utformer markedsføringen slik at den gir dette inntrykket."*

Dette er i realiteten et forbud mot bruk av effektpåstander ved markedsføring av alternativ behandling.

Formålet med bestemmelsen er å hindre at det benyttes uriktige eller udokumenterte påstander om eksempelvis hva den markedsførte alternative behandlingen eller behandlingsformen kan hjelpe mot, hvor stor bedring som kan påregnes og hvor stor sannsynlighet det er for at behandlingen kan ha effekt.

Påstander om behandlingseffekt krever som utgangspunkt at tilbyder må kunne fremlegge anerkjent forskningsmaterialer som kan dokumentere disse påstandene. Tilbydere av alternativ behandling kan ikke oppfylle dette kravet og slike påstander er derfor forbudt.

En tommelfingerregel er:

Jo mer konkrete tilstander (sykdommer eller lidelser) som angis i markedsføringen, desto mer forsiktig må man være med å omtale hva som kan oppnås ved behandlingen.

3.3.1 Beskrivelse av hva som kan oppnås ved behandlingen

Beskrivelsen av den markedsførte alternative behandlingen eller behandlingsformen og hva denne går ut på eller hvordan denne gjennomføres, må ikke være utformet slik at

den fremstår som påstander om at behandlingsformen er effektiv eller har virkning mot konkrete sykdommer, syndromer, lidelser eller spesifikke diagnoser.

Det er derfor viktig å utvise aktsomhet dersom man beskriver hva som kan oppnås ved behandlingen i markedsføring.

For en nærmere redegjørelse av hvilke beskrivelse av effekt/virkning som ikke er tillatt og hvilke som kan være tillatt, viser vi til de vedlagte retningslinjer punkt 4.3.1.

3.3.2 *Beskrivelse av tilstander*

I lys av at det er forbudt å fremsette påstander om at en alternativ behandling eller behandlingsform har virkning mot konkrete sykdommer eller lidelser, er det viktig å vise aktsomhet ved beskrivelsen av hvilke tilstander behandlingen kan benyttes ved.

For en nærmere redegjørelse av hvilke beskrivelser av tilstander som er tillatt og ikke, viser vi til retningslinjene punkt 4.3.2.

3.3.3 *Bruk av kilder*

Bruk av autoritative kilder vil lett oppfattes som en påstand om at behandlingen har effekt og er derfor som hovedregel ikke tillatt, jf. forskriftens § 2 annet ledd.

Eksempler er vitenskapelige studier eller forskning som omhandler behandleren eller den enkelte behandlingsform. Tilsvarende gjelder uttalelser, anbefalinger eller konklusjoner fra fagtidsskrifter, forskningsinstitusjoner og lignende. Uttalelser hvor helsepersonell går god for en alternativ behandlingsform vil lett kunne gi inntrykk av at behandlingsformen har effekt og er ikke tillatt å bruke i markedsføringen.

Uttalelser fra fornøyde kunder, brukerundersøkelser og lignende kan heller ikke benyttes i markedsføringen. Forbudet gjelder også for henvisninger til artikler i ukeblad, dagspresse, blogger etc.

Det skal ikke være mulig å omgå forbudet mot effektpåstander ved å henvise til kilder som ligger utenfor den enkelte utøvers markedsføring. Lenker til andre nettsider vil som hovedregel bli ansett som en del av behandlerens markedsføring. Det bør således utvises aktsomhet ved bruk av slike lenker.

3.4 **Forbud mot markedsføring av behandling av sykdommer og lidelser som alternative behandlere ikke har lov til å behandle jf. alternativloven §§ 5-7**

Forskriftens § 2 tredje ledd fastslår at den som tilbyr alternativ behandling ikke kan markedsføre behandlingsformer eller behandling av sykdommer eller lidelser som man etter alternativlovens §§ 5-7 mv. ikke har lov til å behandle.

I praksis innebærer dette et forbud mot markedsføring av medisinske inngrep eller behandling som kan medføre alvorlig helserisiko, behandling av allmennfarlige smittsomme sykdommer og av såkalte alvorlige sykdommer og lidelser.⁴

⁴ Liste over allmennfarlige smittsomme sykdommer gitt etter Forskrift om allmennfarlige smittsomme (1994), sist endret 26. mars 2003, finnes her: <http://www.fhi.no/dokumenter/4c1dc70acf.pdf>.

4. Forbrukerombudets vurdering av markedsføringen av alternativ behandling fra Randi Ellinor Malmedal

4.1 Markedsføring av effektpåstander

Forbrukerombudet registrerte under vår kontrollaksjon 13. februar 2014 markedsføring av alternativ behandling fra deg på din hjemmeside www.fjernhealing.com. I markedsføringen brukes det følgende beskrivelser av hva forbrukerne kan forvente å oppnå ved den alternative behandlingen eller behandlingsformen som du tilbyr:

«Kan du få god hjelp av fjernhealing», «hva kan fjernhealing hjelpe mot», «kan også hjelpe mot», «kan virke uvant og rart at noen kan påvirke kroppen din over avstand, men dette er fullt mulig».

Beskrivelsene av effekten av fjernhealing er knyttet til konkrete sykdommer og lidelser. Blant annet hevdes det at behandlingen vil ha en virkning mot følgende konkrete sykdommer, diagnoser og lidelser:

«Smerter, skader, depresjon, angst, (...) betennelser, barnløshet».

Forbrukerombudets vurdering er at markedsføringen gir den jevne forbruker et klart inntrykk av at fjernhealing som Randi Ellinor Malmedal tilbyr har en effekt på smerter, skader, depresjon, angst, betennelser og barnløshet.

Markedsføringen er i strid med forbudet mot bruk av effektpåstander i alternativloven § 8 fjerde ledd jf. forskriften § 2 annet ledd og dermed ulovlig.

Forbrukerombudet ber derfor om at Randi Ellinor Malmedal umiddelbart endrer markedsføringen slik at den er i tråd med forskriften, herunder fjerner de aktuelle effektpåstandene.

Bruk av kilder i markedsføring

I gjesteboken på www.fjernhealing.com vises det også til fornøyde kunder som har mottatt healing. Eksempelvis uttaler Jørn at *«det er gått 1 år nå og jeg er kvitt luftsmertene»* og Camilla skriver at Randi *«hjalp meg med å bli kvitt smerten jeg hadde i hodet»*.

Forbrukerombudets vurdering er at den jevne forbruker vil oppfatte henvisningen tilbakemeldinger fra kunder, slik at healingen som tilbys har en effekt på luft- og hodesmerter.

På nettsiden www.fjernhealing.com under siden «artikler» er det inntatt en artikkel av Jon Mannsåker. I artikkelen vises det til ulike studier knyttet til healing og fjernhealing, eksempelvis amerikanske- og engelske studier om bruk av healing og dens påvirkning på sykdommene AIDS/HIV og kreft.

I artikkelen med henvisning til studiet rundt HIV/AIDS. Det vises til at *«over 10 uker mottok de fjernhealing fra flere healergrupper innen forskjellige tradisjoner. Seks måneder seinere viste det seg at de som var fjernhealede, hadde signifikant mindre AIDS-relaterte sykdommer, mindre alvorlig sykdomstilstand, færre legebesøk og færre sykehusinnleggelser enn kontrollgruppa»*.

Det vises også til i artikkelen om studier av healing og dens påvirkning på kreftceller i kroppen. Det hevdes at ved bruk av healing i 20 minutt var det «200-1200 % flere døde kreftceller enn normalt» og at i flere andre forsøk har man lyktes å «redusere veksten av kreftceller med 15-40 %».

Forbrukerombudets vurdering er at den jevne forbruker vil oppfatte henvisingen til den ovennevnte artikkelen om ulike studier og hvor det blir vist til en bedring på AIDS-relaterte sykdommer og påvirkning på kreftceller, slik at healingen vil ha en effekt på disse sykdommene. Dette er svært alvorlige påstander om effekten av healing for behandling av de alvorlige sykdommene HIV/AIDS og kreft.

Markedsføringen er i strid med forbudet mot bruk av effektpåstander i alternativloven § 8 fjerde ledd jf. forskriften § 2 annet ledd og dermed ulovlig.

Forbrukerombudet ber om at du umiddelbart endrer markedsføringen slik at den er i tråd med forskriften, herunder fjerner de aktuelle kildehenvisningene.

4.2 Markedsføring av behandling av sykdommer og lidelser som alternative behandlere ikke har lov til å behandle jf. alternativloven §§ 5-7

På nettsiden www.fjernhealing.com vises det til studier om effekten av healing på HIV/AIDS og kreft. På dine nettsider viser du til at «listen [over hvilke sykdommer som kan behandles] har ingen ende».

HIV/AIDS er å anse som en allmennfarlig smittsom sykdom.⁵ Kreft er også å anse som en alvorlig sykdom og behandling av HIV/AIDS og kreft skal derfor kun gjøres av helsepersonell, jf. alternativlovens §§ 5-7. Som alternativ behandler har du ikke lov å behandle disse sykdommene.

Annonsen er i strid med forbudet i forskriftens § 2 tredje ledd mot markedsføring av behandlingsformer og behandling av sykdommer og lidelser som alternative behandlere ikke har lov til å utøve eller behandle.

Forbrukerombudet ber om at Randi Ellinor Malmedal umiddelbart fjerner den aktuelle markedsføringen fra samtlige medier og avstår fra denne typen markedsføring i fremtiden.

5. Krav om innrettelse

Forbrukerombudet ber om at Randi Ellinor Malmedal umiddelbart gjennomgår sin markedsføring i alle medier og gjør de endringer som er nødvendige for at markedsføringen skal være i tråd med kravene som følger av alternativloven, forskriften og Forbrukerombudets retningslinjer.

Ta gjerne kontakt med Hanne Winther Martinusen på e-post hwm@forbrukerombudet.no eller telefonnummer 48 24 78 31 dersom du har noen spørsmål i denne forbindelse.

⁵ Liste over allmennfarlige smittsomme sykdommer gitt etter Forskrift om allmennfarlige smittsomme (1994), sist endret 26. mars 2003.

6. Avslutning

Forbrukerombudet ber deg om å bekrefte at Randi Ellinor Malmefjord har gjort de nødvendige endringer som Forbrukerombudet har bedt om i dette brevet og at du vil innrette din fremtidige markedsføring i tråd med de krav som stilles etter lovverket innen **8. april 2014**.

Vi gjør oppmerksom på at markedsføringsloven § 40 jf. § 39 jf. § 34 gir Forbrukerombudet og Markedsrådet hjemmel til å legge ned forbud mot handlinger i strid med markedsføringsloven kapittel 1 til 5. I forbindelse med at det fattes forbudsvedtak skal det som hovedregel fastsettes en tvangsmulkt etter § 42.

Med vennlig hilsen
for Forbrukerombudet

Hanne Winther Martinusen
Juridisk seniorrådgiver

Vedlegg:

- Kopi av markedsføring
- Utskrift av Lov om alternativ behandling (LOV 2003-06-27)
- Utskrift av Forskrift om markedsføring av alternativ behandling av sykdom (FOR 2003-12-11)
- Forbrukerombudet retningslinjer for markedsføring av alternativ behandling



FORBRUKEROMBUDET

Oslo Akupunktur og Qigongsenter Merte Remme
Åsbråttstien 53
1251 OSLO

Deres ref.

Vår ref.
Sak nr: 14/636-2
Saksbehandler: Hanne Winther Martinusen
Dir.tlf:

Dato:
18.03.2014

Kontrollaksjon - markedsføring av alternativ behandling

1. Innledning

Forbrukerombudet fører tilsyn med at de næringsdrivendes markedsføring, handelspraksis og avtalevilkår i forbrukerforhold er i samsvar med markedsføringsloven (mfl.). Les loven på: www.forbrukerombudet.no

Forbrukerombudet skal, også ut fra hensynet til forbrukerne, føre tilsyn med at markedsføring fra tilbydere av alternativ behandling er i samsvar med lov om alternativ behandling av sykdom (**alternativloven**)¹ og tilhørende forskrift om markedsføring av alternativ behandling av sykdom (**forskriften**).²

Forbrukerombudet har utarbeidet retningslinjer som tar sikte på å gi en enkel oversikt over hvilke krav forskriften stiller ved markedsføring av alternativ behandling.

./ En kopi av retningslinjene følger vedlagt.

Tilbudet av alternativ behandling er stort, med over 200 ulike behandlingsformer. Bruken av alternativ behandling har hatt en kraftig økning de siste årene. I følge undersøkelser har en tredjedel av den voksne befolkningen i Norge benyttet seg av alternativ behandling. I 2012 brukte nordmenn ca. 4 milliarder kroner på alternativ behandling. Dette viser at nordmenn ønsker å bruke alternativ behandling.

Regelverket for markedsføring av alternativ behandling er strengt. All alternativ behandling har det til felles at effekten av behandlingsformene ikke er dokumentert. Derfor er det blant annet ikke lov å benytte effektpåstander i markedsføringen. Bruk av effektpåstander i markedsføring kan føre til at forbrukerne får urealistiske forhåpninger om at en behandling uten dokumentert effekt skal kunne hjelpe dem.

Enkelte brukere av alternativ behandling er forbrukere i en potensielt sårbar posisjon; kronisk syke, personer uten klare diagnoser, personer som venter i helsekø osv. Alternativ behandling kan også ha økonomiske konsekvenser for forbrukerne fordi behandlingen ofte er kostbar.

I lys av det ovennevnte er Forbrukerombudets standpunkt at det er viktig ut fra hensynet til forbrukerne å håndheve de strenge reglene for markedsføring av alternativ behandling.

¹ Lov av 27. juni 2003 nr. 64

² Forskrift av 11. desember 2003, gitt i medhold av alternativloven § 8 femte ledd

2. Forbrukerombudets og Statens helsetilsynets kontrollaksjon 13. mars 2014

Forbrukerombudet har de siste årene gjennomført flere kontrollaksjoner der vi har undersøkt markedsføringen til et større antall tilbydere av alternativ behandling.

Ett av punktene på Forbrukerombudets virksomhetsplan for 2014 er å gjennomføre en ny kontrollaksjon på markedsføring av alternativ behandling med særlig fokus på bruk av påstander om at alternativ behandling har virkning på konkrete alvorlige sykdommer og lidelser – såkalte effektpåstander.³

I samarbeid med Statens helsetilsynet gjennomførte Forbrukerombudet den planlagte kontrollaksjonen 13. mars 2014.

Statens Helsetilsyn fokuserte i sine undersøkelser hovedsakelig på om autorisert helsepersonell som tilbyr alternativ behandling fulgte kravene for markedsføring i helsepersonellovens § 13. Bestemmelsen fastslår at markedsføring av helse- og omsorgstjenester skal være forsvarlig, nøktern og saklig.

Forbrukerombudet konsentrerte sine undersøkelser til om markedsføringen var i tråd med alternativlovens § 8 fjerde ledd og forskriftens § 2. Se beskrivelse under punkt 3.

Forbrukerombudet undersøkte markedsføring av alternativ behandling på internett og i aviser, og markedsføring til aktører vi tidligere har hatt saker mot, samt alle klager og tips vi har mottatt i 2013 og hittil i 2014. Totalt kontrollerte Forbrukerombudet og Statens helsetilsyn markedsføring på ca 250 nettsider.

Under kontrollaksjonen registrerte Forbrukerombudet markedsføring av alternativ behandling fra Oslo Akupunktur og Quiogongsenter Mette Remme som ikke er i tråd med alternativlovens og forskriftens krav. En kopi av markedsføringen følger vedlagt.

Vi vil i det følgende redegjøre for de rettslige kravene som stilles ved markedsføring av alternativ behandling, og vår vurdering av den aktuelle markedsføringen fra Oslo Akupunktur og Quiogongsenter Mette Remme.

3. Rettslige krav ved markedsføring av alternativ behandling

3.1 Utgangspunkt

Kravene i forskriftens § 2 gjelder annonsering og markedsføring av enhver art og i ethvert medium, jf. forskriftens § 3.

Markedsføringen skal vurderes ut fra det umiddelbare inntrykket den antas å gi den jevne forbruker, jf. forskriftens § 4. Det vil si at det ikke har betydning hva markedsføringen var ment å formidle. Det avgjørende er hvordan den jevne forbruker oppfatter budskapet i markedsføringen ut fra en helhetsvurdering av tekst, bilder/illustrasjoner og utforming.

3.2 Hovedregel

Alternativlovens § 8 fjerde ledd og forskriftens § 2 første ledd fastslår at den som tilbyr alternativ behandling skal gi *"en nøktern og saklig beskrivelse av virksomhetens art"*.

³ Se punkt 12 «helse» i Forbrukerombudets virksomhetsplan på www.forbrukerombudet.no.

Kravet om at markedsføringen må være "nøktern" innebærer særlig at den ikke må inneholde opplysninger som kan villedе forbrukerne. Eksempelvis ved å unnlate å opplyse om uheldige skader av behandlingen.

Kravet om saklighet medfører særlig at markedsføringen ikke må utformes slik at den på en utilbørlig måte undergraver eller svekker tilliten til den ordinære helsetjeneste, til helsepersonell eller andre former for alternativ behandling eller behandlere. Eksempelvis å markedsføre sine egne behandlingsmetoder som de eneste kvalifiserte på sitt felt.

Med begrepet "virksomhetens art" menes i tillegg til opplysninger av mer forretningsmessig karakter, også opplysninger om de ulike behandlingsformer som utøveren tilbyr, hva disse går ut på og hvordan disse gjennomføres, samt en nøktern beskrivelse av hvilke tilstander de brukes ved.

3.3 Forbud mot bruk av effektpåstander

I forskriftens § 2 annet ledd er det presisert og utdypet hva slags opplysninger eller påstander som *ikke* kan benyttes i markedsføring av alternativ behandling.

Bestemmelsen slår fast at det i markedsføring av alternativ behandling ikke kan benyttes: "påstander om at en behandlingsform har virkning mot konkrete sykdommer eller lidelser eller på andre måter utformer markedsføringen slik at den gir dette inntrykket."

Dette er i realiteten et forbud mot bruk av effektpåstander ved markedsføring av alternativ behandling.

Formålet med bestemmelsen er å hindre at det benyttes uriktige eller udokumenterte påstander om eksempelvis hva den markedsførte alternative behandlingen eller behandlingsformen kan hjelpe mot, hvor stor bedring som kan påregnes og hvor stor sannsynlighet det er for at behandlingen kan ha effekt.

Påstander om behandlingseffekt krever som utgangspunkt at tilbyder må kunne fremlegge anerkjent forskningsmaterialer som kan dokumentere disse påstandene. Tilbydere av alternativ behandling kan ikke oppfylle dette kravet og slike påstander er derfor forbudt.

En tommelfingerregel er:

Jo mer konkrete tilstander (sykdommer eller lidelser) som angis i markedsføringen, desto mer forsiktig må man være med å omtale hva som kan oppnås ved behandlingen.

3.3.1 Beskrivelse av hva som kan oppnås ved behandlingen

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

Det er derfor viktig å utvise aktsomhet dersom man beskriver hva som kan oppnås ved behandlingen i markedsføring.

For en nærmere redegjørelse av hvilke beskrivelse av effekt/virkning som ikke er tillatt og hvilke som kan være tillatt, viser vi til de vedlagte retningslinjer punkt 4.3.1.

3.3.2 *Beskrivelse av tilstander*

I lys av at det er forbudt å fremsette påstander om at en alternativ behandling eller behandlingsform har virkning mot konkrete sykdommer eller lidelser, er det viktig å vise aktsomhet ved beskrivelsen av hvilke tilstander behandlingen kan benyttes ved.

For en nærmere redegjørelse av hvilke beskrivelser av tilstander som er tillatt og ikke, viser vi til retningslinjene punkt 4.3.2.

3.3.3 *Bruk av kilder*

Bruk av autoritative kilder vil lett oppfattes som en påstand om at behandlingen har effekt og er derfor som hovedregel ikke tillatt, jf. forskriftens § 2 annet ledd.

Eksempler er vitenskapelige studier eller forskning som omhandler behandleren eller den enkelte behandlingsform. Tilsvarende gjelder uttalelser, anbefalinger eller konklusjoner fra fagtidsskrifter, forskningsinstitusjoner og lignende. Uttalelser hvor helsepersonell går god for en alternativ behandlingsform vil lett kunne gi inntrykk av at behandlingsformen har effekt og er ikke tillatt å bruke i markedsføringen.

Uttalelser fra fornøyde kunder, brukerundersøkelser og lignende kan heller ikke benyttes i markedsføringen. Forbudet gjelder også for henvisninger til artikler i ukeblad, dagspresse, blogger etc.

Det skal ikke være mulig å omgå forbudet mot effektpåstander ved å henvise til kilder som ligger utenfor den enkelte utøvers markedsføring. Lenker til andre nettsider vil som hovedregel bli ansett som en del av behandlerens markedsføring. Det bør således utvises aktsomhet ved bruk av slike lenker.

3.4 **Forbud mot markedsføring av behandling av sykdommer og lidelser som alternative behandlere ikke har lov til å behandle jf. alternativloven § 5-7**

Forskriftens § 2 tredje ledd fastslår at den som tilbyr alternativ behandling ikke kan markedsføre behandlingsformer eller behandling av sykdommer eller lidelser som man etter alternativlovens § 5-7 mv. ikke har lov til å behandle.

I praksis innebærer dette et forbud mot markedsføring av medisinske inngrep eller behandling som kan medføre alvorlig helserisiko, behandling av allmennfarlige smittsomme sykdommer og av såkalte alvorlige sykdommer og lidelser.

4. **Forbrukerombudets vurdering av markedsføringen av alternativ behandling fra Oslo Akupunktur og Quiogongsenter Mette Remme**

4.1 **Markedsføring av effektpåstander**

Forbrukerombudet registrerte under vår kontrollaksjon 13. februar 2014 markedsføring av alternativ behandling fra Oslo Akupunktur og Quiogongsenter Mette Remme på nettsiden www.qigong.no.

Under fanen "Lær litt om akupunktur" heter det blant annet:

- *"Akupunktur øker og balanserer din energi og virker på alt fra lettere akutte plager til alvorligere kroniske plager, smerter og sykdommer. Du vil raskt merke effekten akupunktur har på deg."*

- *"Vi vil behandle deg for plagene dine, men sammen med vår behandling tilbyr vi deg Medisinsk Qigongtrening som du skal lære og deretter utøve qigong daglig hjemme og ved anledning også i våre treningsgrupper.*

Kommer du tidlig ved diagnostiserte kroniske sykdommer og plager vil muligheten for en «snuoperasjonen» være større.

Kroniske sykdommer kan være allergier, astma, fibromyalgi, rheumatisme, ME, sykdommer /plager i skjelett og muskelsystem, slitasjer, søvnprblem, depresjoner og andre følelsesrelaterte problem. Om du ikke finner ditt problem her, kan det godt være mulig vi kan hjelpe. Men først og uansett må vi ha den første gjennomgangen med kinesisk diagnose for å si mer om akkurat deg.

Det heter i markedsføringen at akupunktur *"virker på alt fra lettere akutte plager til alvorlige kroniske plager"*, samt at *"du vil raskt merke effekten akupunktur har på deg"*. Videre brukes det uttrykk som *"Vi vil behandle deg for plagene dine"*, samt *"kommer du tidlig ved diganostiserte kroniske sykdommer og plager vil muligheten for en "snuoperasjon" være større."*

Forbrukerombudets vurdering er at uttalelsene lest i sammenheng meget lett vil gi den den jevne forbruker et inntrykk av at akupunktur har en effekt på konkrete sykdommer, lidelser og diagnoser, som allergier, astma, fibromyalgi, rheumatisme, ME, sykdommer /plager i skjelett og muskelsystem, og depresjon.

Markedsføringen er i strid med forbudet mot bruk av effektpåstander i alternativloven § 8 fjerde ledd jf. forskriften § 2 annet ledd og dermed ulovlig.

Forbrukerombudet ber derfor om at Oslo Akupunktur og Qigongsenter Metter Remme umiddelbart endrer markedsføringen slik at den er i tråd med forskriften, herunder fjerner de aktuelle effektpåstandene.

4.2 Bruk av kilder i markedsføring

På nettsiden www.qigong.no er det under fanen *"WHO's anbefalinger om akupunktur"* markedsført et skjema hvor det er listet opp en rekke sykdommer, lidelser og diagnoser som Verdens helseorganisasjon ("WHO") *"anbefaler tradisjonell kinesisk akupunktur for"*.

I skjemaet er det vist til konkrete sykdommer, lidelser og diagnoser som bekkeløsning for og etter fødsel, Bells paralyse, barnløshet, bihulebetennelse, meniers syndrom, helvetesild, migrene, diare, impotens, blærestein, gallestein m.v.

Forbrukerombudets vurdering er at den jevne forbruker vil Oslo Akupunktur og Qigongsenter Mette Remmes henvising til WHO's anbefalinger som at akupunktur har effekt på de oppramsede sykdommene, lidelsene og diagnosene.

Markedsføringen er i strid med forbudet mot bruk av effektpåstander i alternativloven § 8 fjerde ledd jf. forskriften § 2 annet ledd og dermed ulovlig.

Forbrukerombudet ber om Oslo Akupunktur og Qigongsenter umiddelbart endrer markedsføringen slik at den er i tråd med forskriften, herunder fjerner den aktuell kildehenvisningen.

5. Krav om innrettelse

Forbrukerombudet ber om at Oslo Akupunktur og Qigongsenter Mette Remme umiddelbart gjennomgår sin markedsføring i alle medier og gjør de endringer som er nødvendige for at markedsføringen skal være i tråd med kravene som følger av alternativloven, forskriften og Forbrukerombudets retningslinjer.

6. Avslutning

Ettersom dette er vår første henvendelse til dere vedrørende overtredelse av alternativloven og forskriften vil saken med dette bli avsluttet fra vår side.

Dersom vi ikke hører noe fra dere legger vi til grunn at Oslo Akupunktur og Qigongsenter Mette Remme vil innrette sin fremtidig markedsføring slik at den er i tråd med gjeldende lover og regler.

Er dere uenig i faktum eller vår vurdering, eller ønsker ytterligere opplysninger, regner vi med å høre fra Oslo Akupunktur og Qigongsenter Mette Remme så **snart som mulig og senest innen 3 uker**.

Forbrukerombudet tar forbehold om å vektlegge denne saken ved en eventuell senere oppfølging av Oslo Akupunktur og Qigongsenter Mette Remmes markedsføring av alternativ behandling.

Vi gjør oppmerksom på at markedsføringsloven § 40 jf. § 39 jf. § 34 gir Forbrukerombudet og Markedsrådet hjemmel til å legge ned forbud mot handlinger i strid med markedsføringsloven kapittel 1 til 5. I forbindelse med at det fattes forbudsvedtak skal det som hovedregel fastsettes en tvangsmulkt etter § 42.

Med vennlig hilsen
for Forbrukerombudet

Hanne Martinusen
Juridisk seniorrådgiver

Kopi:

- Norske Naturterapeuters Hovedorganisasjon Skippergata 9 0152 Oslo

Vedlegg:

- Kopi av markedsføring
- Utskrift av Lov om alternativ behandling (LOV 2003-06-27)
- Utskrift av Forskrift om markedsføring av alternativ behandling av sykdom (FOR 2003-12-11)
- Forbrukerombudet retningslinjer for markedsføring av alternativ behandling

Med vennlig hilsen
for Forbrukerombudet

Hanne Winther Martinusen

Vedlegg



FORBRUKEROMBUDET

Oslo Akupunkturklinikk Amana Qureshi
Tordenskiolds gate 7
0160 OSLO

Deres ref.

Vår ref.
Sak nr: 14/635-1
Saksbehandler: Hanne Winther Martinusen
Dir.tlf:

Dato:
18.03.2014

Kontrollaksjon - markedsføring av alternativ behandling

1. Innledning

Forbrukerombudet fører tilsyn med at de næringsdrivendes markedsføring, handelspraksis og avtalevilkår i forbrukerforhold er i samsvar med markedsføringsloven (mfl.). Les loven på: www.forbrukerombudet.no

Forbrukerombudet skal, også ut fra hensynet til forbrukerne, føre tilsyn med at markedsføring fra tilbydere av alternativ behandling er i samsvar med lov om alternativ behandling av sykdom (**alternativloven**)¹ og tilhørende forskrift om markedsføring av alternativ behandling av sykdom (**forskriften**).²

Forbrukerombudet har utarbeidet retningslinjer som tar sikte på å gi en enkel oversikt over hvilke krav forskriften stiller ved markedsføring av alternativ behandling.

./ En kopi av retningslinjene følger vedlagt.

Tilbudet av alternativ behandling er stort, med over 200 ulike behandlingsformer. Bruken av alternativ behandling har hatt en kraftig økning de siste årene. I følge undersøkelser har en tredjedel av den voksne befolkningen i Norge benyttet seg av alternativ behandling. I 2012 brukte nordmenn ca. 4 milliarder kroner på alternativ behandling. Dette viser at nordmenn ønsker å bruke alternativ behandling.

Regelverket for markedsføring av alternativ behandling er strengt. All alternativ behandling har det til felles at effekten av behandlingsformene ikke er dokumentert. Derfor er det blant annet ikke lov å benytte effektpåstander i markedsføringen. Bruk av effektpåstander i markedsføring kan føre til at forbrukerne får urealistiske forhåpninger om at en behandling uten dokumentert effekt skal kunne hjelpe dem.

Enkelte brukere av alternativ behandling er forbrukere i en potensielt sårbar posisjon; kronisk syke, personer uten klare diagnoser, personer som venter i helsekø osv. Alternativ behandling kan også ha økonomiske konsekvenser for forbrukerne fordi behandlingen ofte er kostbar.

I lys av det ovennevnte er Forbrukerombudets standpunkt at det er viktig ut fra hensynet til forbrukerne å håndheve de strenge reglene for markedsføring av alternativ behandling.

¹ Lov av 27. juni 2003 nr. 64

² Forskrift av 11. desember 2003, gitt i medhold av alternativloven § 8 femte ledd

2. Forbrukerombudets og Statens helsetilsynets kontrollaksjon 13. mars 2014

Forbrukerombudet har de siste årene gjennomført flere kontrollaksjoner der vi har undersøkt markedsføringen til et større antall tilbydere av alternativ behandling.

Ett av punktene på Forbrukerombudets virksomhetsplan for 2014 er å gjennomføre en ny kontrollaksjon på markedsføring av alternativ behandling med særlig fokus på bruk av påstander om at alternativ behandling har virkning på konkrete alvorlige sykdommer og lidelser – såkalte effektpåstander.³

I samarbeid med Statens helsetilsynet gjennomførte Forbrukerombudet den planlagte kontrollaksjonen 13. mars 2014.

Statens Helsetilsyn fokuserte i sine undersøkelser hovedsakelig på om autorisert helsepersonell som tilbyr alternativ behandling fulgte kravene for markedsføring i helsepersonellovens § 13. Bestemmelsen fastslår at markedsføring av helse- og omsorgstjenester skal være forsvarlig, nøktern og saklig.

Forbrukerombudet konsentrerte sine undersøkelser til om markedsføringen var i tråd med alternativlovens § 8 fjerde ledd og forskriftens § 2. Se beskrivelse under punkt 3.

Forbrukerombudet undersøkte markedsføring av alternativ behandling på internett og i aviser, og markedsføring til aktører vi tidligere har hatt saker mot, samt alle klager og tips vi har mottatt i 2013 og hittil i 2014. Totalt kontrollerte Forbrukerombudet og Statens helsetilsyn markedsføring på ca 250 nettsteder.

Under kontrollaksjonen registrerte Forbrukerombudet markedsføring av alternativ behandling fra Oslo Akupunkturklinikk Amana Qureshi som ikke er i tråd med alternativlovens og forskriftens krav. En kopi av markedsføringen følger vedlagt.
./.

Vi vil i det følgende redegjøre for de rettslige kravene som stilles ved markedsføring av alternativ behandling, og vår vurdering av den aktuelle markedsføringen fra Oslo Akupunkturklinikk Amana Qureshi.

3. Rettslige krav ved markedsføring av alternativ behandling

3.1 Utgangspunkt

Kravene i forskriftens § 2 gjelder annonsering og markedsføring av enhver art og i ethvert medium, jf. forskriftens § 3.

Markedsføringen skal vurderes ut fra det umiddelbare inntrykket den antas å gi den jevne forbruker, jf. forskriftens § 4. Det vil si at det ikke har betydning hva markedsføringen var ment å formidle. Det avgjørende er hvordan den jevne forbruker oppfatter budskapet i markedsføringen ut fra en helhetsvurdering av tekst, bilder/illustrasjoner og utforming.

3.2 Hovedregel

Alternativlovens § 8 fjerde ledd og forskriftens § 2 første ledd fastslår at den som tilbyr alternativ behandling skal gi *"en nøktern og saklig beskrivelse av virksomhetens art"*.

³ Se punkt 12 «helse» i Forbrukerombudets virksomhetsplan på www.forbrukerombudet.no.

Kravet om at markedsføringen må være "nøktern" innebærer særlig at den ikke må inneholde opplysninger som kan villedе forbrukerne. Eksempelvis ved å unnlate å opplyse om uheldige skader av behandlingen.

Kravet om saklighet medfører særlig at markedsføringen ikke må utformes slik at den på en utilbørlig måte undergraver eller svekker tilliten til den ordinære helsetjeneste, til helsepersonell eller andre former for alternativ behandling eller behandlere. Eksempelvis å markedsføre sine egne behandlingsmetoder som de eneste kvalifiserte på sitt felt.

Med begrepet "virksomhetens art" menes i tillegg til opplysninger av mer forretningsmessig karakter, også opplysninger om de ulike behandlingsformer som utøveren tilbyr, hva disse går ut på og hvordan disse gjennomføres, samt en nøktern beskrivelse av hvilke tilstander de brukes ved.

3.3 Forbud mot bruk av effektpåstander

I forskriftens § 2 annet ledd er det presisert og utdypet hva slags opplysninger eller påstander som *ikke* kan benyttes i markedsføring av alternativ behandling.

Bestemmelsen slår fast at det i markedsføring av alternativ behandling ikke kan benyttes: "påstander om at en behandlingsform har virkning mot konkrete sykdommer eller lidelser eller på andre måter utformer markedsføringen slik at den gir dette inntrykket."

Dette er i realiteten et forbud mot bruk av effektpåstander ved markedsføring av alternativ behandling.

Formålet med bestemmelsen er å hindre at det benyttes uriktige eller udokumenterte påstander om eksempelvis hva den markedsførte alternative behandlingen eller behandlingsformen kan hjelpe mot, hvor stor bedring som kan påregnes og hvor stor sannsynlighet det er for at behandlingen kan ha effekt.

Påstander om behandlingseffekt krever som utgangspunkt at tilbyder må kunne fremlegge anerkjent forskningsmaterialer som kan dokumentere disse påstandene. Tilbydere av alternativ behandling kan ikke oppfylle dette kravet og slike påstander er derfor forbudt.

En tommelfingerregel er:

Jo mer konkrete tilstander (sykdommer eller lidelser) som angis i markedsføringen, desto mer forsiktig må man være med å omtale hva som kan oppnås ved behandlingen.

3.3.1 Beskrivelse av hva som kan oppnås ved behandlingen

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

Det er derfor viktig å utvise aktsomhet dersom man beskriver hva som kan oppnås ved behandlingen i markedsføring.

For en nærmere redegjørelse av hvilke beskrivelse av effekt/virkning som ikke er tillatt og hvilke som kan være tillatt, viser vi til de vedlagte retningslinjer punkt 4.3.1.

3.3.2 *Beskrivelse av tilstander*

I lys av at det er forbudt å fremsette påstander om at en alternativ behandling eller behandlingsform har virkning mot konkrete sykdommer eller lidelser, er det viktig å vise aktsomhet ved beskrivelsen av hvilke tilstander behandlingen kan benyttes ved.

For en nærmere redegjørelse av hvilke beskrivelser av tilstander som er tillatt og ikke, viser vi til retningslinjene punkt 4.3.2.

3.3.3 *Bruk av kilder*

Bruk av autoritative kilder vil lett oppfattes som en påstand om at behandlingen har effekt og er derfor som hovedregel ikke tillatt, jf. forskriftens § 2 annet ledd.

Eksempler er vitenskapelige studier eller forskning som omhandler behandleren eller den enkelte behandlingsform. Tilsvarende gjelder uttalelser, anbefalinger eller konklusjoner fra fagtidsskrifter, forskningsinstitusjoner og lignende. Uttalelser hvor helsepersonell går god for en alternativ behandlingsform vil lett kunne gi inntrykk av at behandlingsformen har effekt og er ikke tillatt å bruke i markedsføringen.

Uttalelser fra fornøyde kunder, brukerundersøkelser og lignende kan heller ikke benyttes i markedsføringen. Forbudet gjelder også for henvisninger til artikler i ukeblad, dagspresse, blogger etc.

Det skal ikke være mulig å omgå forbudet mot effektpåstander ved å henvise til kilder som ligger utenfor den enkelte utøvers markedsføring. Lenker til andre nettsider vil som hovedregel bli ansett som en del av behandlerens markedsføring. Det bør således utvises aktsomhet ved bruk av slike lenker.

3.4 **Forbud mot markedsføring av behandling av sykdommer og lidelser som alternative behandlere ikke har lov til å behandle jf. alternativloven § 5-7**

Forskriftens § 2 tredje ledd fastslår at den som tilbyr alternativ behandling ikke kan markedsføre behandlingsformer eller behandling av sykdommer eller lidelser som man etter alternativlovens § 5-7 mv. ikke har lov til å behandle.

I praksis innebærer dette et forbud mot markedsføring av medisinske inngrep eller behandling som kan medføre alvorlig helserisiko, behandling av allmennfarlige smittsomme sykdommer og av såkalte alvorlige sykdommer og lidelser.⁴

4. **Forbrukerombudets vurdering av markedsføringen av alternativ behandling fra Oslo Akupunkturklinikk Amana Qureshi**

4.1 **Markedsføring av effektpåstander**

Forbrukerombudet registrerte under vår kontrollaksjon 13. februar 2014 markedsføring av alternativ behandling fra Oslo Akupunkturklinikk Amana Qureshi på nettsiden www.osloakupunkturklinikken.no

Under fanen "Hva kan akupunktur hjelpe mot" heter det i markedsføringen av akupunktur:

⁴ Henvisning til liste finnes her: jf. Helsetilsynet

"Forskning har vist at akupunktur kan være en effektiv behandlingsmetode samtidig som den har svært få bivirkninger.

I henhold til "Nasjonale kliniske retningslinjer ved korsryggsmerter" er akupunktur anbefalt ved langvarige korsryggsmerter.

Ifølge Verdens Helseorganisasjon, (WHO), har akupunktur dokumentert effekt på en lang rekke sykdommer, herunder allergi, hodepine, depresjoner, knesmerter, ryggplager, graviditetsplager, "tennisalbue", kolikk og mye mer.

For mer informasjon om hvilke sykdommer/lidelser som kan behandles med akupunktur vises det også til nettsiden til WHO."

Under fanen "**Behandlinger**" er de ulike behandlingene som Oslo Akupunkturklinikk Amana Qureshi tilbyr omtalt.

I markedsføringen av behandlingen "kopping" heter det:

"Kopping benyttes som en tilleggsbehandling og er spesielt effektiv mot muskelsmerter, nakkesleng, hodepine, dårlig blodsirkulasjon og allergier."

I markedsføring av ørelysbehandling heter det:

"Behandlingen er fullstendig smertefri, uten bivirkninger og oppleves generelt for å være meget behagelig, beroligende og avslappende. Behandlingen er velegnet for barn med øreplager/ørebetennelser og kan bidra til at det ikke er nødvendig å sette inn dren.

Ørelysbehandling benyttes for å rense øret for voks og urenheter, mot øresus (tinnitus), bihulebetennelse, ørebetennelse, hodepine og andre øre/nese/hals sykdommer. Den kan også benyttes som en forebyggende behandling mot trykkløftsligningsproblemer i forkant av flyreiser eller dykking."

Forbrukerombudets vurdering er at markedsføringen gir den jevne forbruker et inntrykk av at behandlingsformene akupunktur, kopping og ørelys har effekt på konkrete sykdommer og lidelser som allergi, depresjoner, "tennisalbue", kolikk, nakkesleng, tinnitus, ørebetennelse, bihulebetennelse og andre øre/nese/hals sykdommer.

Markedsføringen er i strid med forbudet mot bruk av effektpåstander i alternativloven § 8 fjerde ledd jf. forskriften § 2 annet ledd og dermed ulovlig.

Forbrukerombudet ber derfor om at Oslo Akupunkturklinikk Amana Qureshi umiddelbart endrer markedsføringen slik at den er i tråd med forskriften, herunder fjerner de aktuelle effektpåstandene.

4.2 Bruk av kilder i markedsføring

Som det fremgår ovenfor i punkt 4.1 oppgir Oslo Akupunkturklinikk Amana Qureshi Verdens Helseorganisasjon ("WHO") som kilde for påstanden om at akupunktur har dokumentert effekt mot en lang rekke sykdommer og det er listet opp noen eksempler på konkrete sykdommer og lidelser.

Det er også en lenke til WHO's hjemmeside slik at forbrukeren kan få "mer informasjon om hvilke sykdommer/lidelser som kan behandles med akupunktur".

Forbrukerombudets vurdering er at den jevne forbruker vil oppfatte henvisingen til WHO som kilde slik at akupunktur har effekt på konkrete sykdommer, diagnoser og lidelser, som eksempelvis allergi, depresjon, tennisalbue og kolikk.

Markedsføringen er i strid med forbudet mot bruk av effektpåstander i alternativloven § 8 fjerde ledd jf. forskriften § 2 annet ledd og dermed ulovlig.

Forbrukerombudet ber om at Oslo Akupunkturklinikk Amana Quershi umiddelbart endrer markedsføringen slik at den er i tråd med forskriften, herunder fjerner de aktuelle kildehenvisningene.

5. Krav om innrettelse

Forbrukerombudet ber om at Oslo Akupunkturklinikk Amana Quershi umiddelbart gjennomgår sin markedsføring i alle medier og gjør de endringer som er nødvendige for at markedsføringen skal være i tråd med kravene som følger av alternativloven, forskriften og Forbrukerombudets retningslinjer.

6. Avslutning

Ettersom dette er vår første henvendelse til dere vedrørende overtredelse av alternativloven og forskriften vil saken med dette bli avsluttet fra vår side.

Dersom vi ikke hører noe fra Oslo Akupunkturklinikk Amana Queshi legger vi til grunn at dere vil innrette deres fremtidig markedsføring slik at den er i tråd med gjeldende lover og regler.

Er dere uenig i faktum eller vår vurdering, eller ønsker ytterligere opplysninger, regner vi med å høre fra Oslo Akupunkturklinikk Amana Queshi så **snart som mulig og senest innen 3 uker**.

Forbrukerombudet tar forbehold om å vektlegge denne saken ved en eventuell senere oppfølging av Oslo Akupunkturklinikk Amana Queshi markedsføring av alternativ behandling.

Vi gjør oppmerksom på at markedsføringsloven § 40 jf. § 39 jf. § 34 gir Forbrukerombudet og Markedsrådet hjemmel til å legge ned forbud mot handlinger i strid med markedsføringsloven kapittel 1 til 5. I forbindelse med at det fattes forbudsvedtak skal det som hovedregel fastsettes en tvangsmulkt etter § 42.

Med vennlig hilsen
for Forbrukerombudet

Hanne Martinusen
Juridisk seniorrådgiver

Vedlegg:

- Kopi av markedsføring
- Utskrift av Lov om alternativ behandling (LOV 2003-06-27)

- Utskrift av Forskrift om markedsføring av alternativ behandling av sykdom (FOR 2003-12-11)
- Forbrukerombudet retningslinjer for markedsføring av alternativ behandling

Kopi:

- Akupunkturforening, Kongens gate 12 0153 OSLO



FORBRUKEROMBUDET

Westbytunet Naturmedisinske klinikk
Roffaveien 10
9040 NORDKJOSBOTN

Deres ref.

Vår ref.
Sak nr: 14/610-1
Saksbehandler: Anna Stabell
Dir.tlf: 46 81 80 63

Dato:
20.03.2014

Kontrollaksjon - Markedsføring av alternativ behandling

1. Innledning

Forbrukerombudet fører tilsyn med at de næringsdrivendes markedsføring, handelspraksis og avtalevilkår i forbrukerforhold er i samsvar med markedsføringsloven (mfl.). Les loven på: www.forbrukerombudet.no

Forbrukerombudet skal, også ut fra hensynet til forbrukerne, føre tilsyn med at markedsføring fra tilbydere av alternativ behandling er i samsvar med lov om alternativ behandling av sykdom (**alternativloven**)¹ og tilhørende forskrift om markedsføring av alternativ behandling av sykdom (**forskriften**).²

Forbrukerombudet har utarbeidet retningslinjer som tar sikte på å gi en enkel oversikt over hvilke krav forskriften stiller ved markedsføring av alternativ behandling. En kopi av retningslinjene følger vedlagt.

Tilbudet av alternativ behandling er stort, med over 200 ulike behandlingsformer. Bruken av alternativ behandling har hatt en kraftig økning de siste årene. I følge undersøkelser har en tredjedel av den voksne befolkningen i Norge benyttet seg av alternativ behandling. I 2012 brukte nordmenn ca. 4 milliarder kroner på alternativ behandling. Dette viser at nordmenn ønsker å bruke alternativ behandling.

Regelverket for markedsføring av alternativ behandling er strengt. All alternativ behandling har det til felles at effekten av behandlingsformene ikke er dokumentert. Derfor er det blant annet ikke lov å benytte effektpåstander i markedsføringen. Bruk av effektpåstander i markedsføring kan føre til at forbrukerne får urealistiske forhåpninger om at en behandling uten dokumentert effekt skal kunne hjelpe dem.

Enkelte brukere av alternativ behandling er forbrukere i en potensielt sårbar posisjon; kronisk syke, personer uten klare diagnoser, personer som venter i helsekø osv. Alternativ behandling kan også ha økonomiske konsekvenser for forbrukerne fordi behandlingen ofte er kostbar.

I lys av det ovennevnte er Forbrukerombudets standpunkt at det er viktig ut fra hensynet til forbrukerne å håndheve de strenge reglene for markedsføring av alternativ behandling.

¹ Lov av 27. juni 2003 nr. 64

² Forskrift av 11. desember 2003, gitt i medhold av alternativloven § 8 femte ledd

2. Forbrukerombudets og Statens helsetilsynets kontrollaksjon 13. mars 2014

Forbrukerombudet har de siste årene gjennomført flere kontrollaksjoner der vi har undersøkt markedsføringen til et større antall tilbydere av alternativ behandling.

Ett av punktene på Forbrukerombudets virksomhetsplan for 2014 er å gjennomføre en ny kontrollaksjon på markedsføring av alternativ behandling med særlig fokus på bruk av påstander om at alternativ behandling har virkning på konkrete alvorlige sykdommer og lidelser – såkalte effektpåstander.³

I samarbeid med Statens helsetilsyn gjennomførte Forbrukerombudet den planlagte kontrollaksjonen 13. mars 2014.

Statens Helsetilsyn fokuserte i sine undersøkelser hovedsakelig på om autorisert helsepersonell som tilbyr alternativ behandling fulgte kravene for markedsføring i helsepersonellovens § 13. Bestemmelsen fastslår at markedsføring av helse- og omsorgstjenester skal være forsvarlig, nøktern og saklig.

Forbrukerombudet konsentrerte sine undersøkelser til om markedsføringen var i tråd med alternativlovens § 8 fjerde ledd og forskriftens § 2. Se beskrivelse under punkt 3.

Forbrukerombudet undersøkte markedsføring av alternativ behandling på internett og i aviser, og markedsføring til aktører vi tidligere har hatt saker mot, samt alle klager og tips vi har mottatt i 2013 og hittil i 2014. Totalt kontrollerte Forbrukerombudet og Statens helsetilsyn markedsføring fra over 230 nettsider og materiell fra alternativ messen.

Under kontrollaksjonen registrerte Forbrukerombudet markedsføring av alternativ behandling fra Westbytunet Naturmedisinske klinikk som ikke er i tråd med alternativlovens og forskriftens krav. En kopi av markedsføringen følger vedlagt.

Vi vil i det følgende redegjøre for de rettslige kravene som stilles ved markedsføring av alternativ behandling, og vår vurdering av den aktuelle markedsføringen fra Westbytunet Naturmedisinske klinikk (heretter Westbytunet).

3. Rettslige krav ved markedsføring av alternativ behandling

3.1 Utgangspunkt

Kravene i forskriftens § 2 gjelder annonsering og markedsføring av enhver art og i ethvert medium, jf. forskriftens § 3.

Markedsføringen skal vurderes ut fra det umiddelbare inntrykket den antas å gi den jevne forbruker, jf. forskriftens § 4. Det vil si at det ikke har betydning hva markedsføringen var ment å formidle. Det avgjørende er hvordan den jevne forbruker oppfatter budskapet i markedsføringen ut fra en helhetsvurdering av tekst, bilder/illustrasjoner og utforming.

³ Se punkt 12 «helse» i Forbrukerombudets virksomhetsplan på www.forbrukerombudet.no.

3.2 Hovedregel

Alternativlovens § 8 fjerde ledd og forskriftens § 2 første ledd fastslår at den som tilbyr alternativ behandling skal gi *"en nøktern og saklig beskrivelse av virksomhetens art"*.

Kravet om at markedsføringen må være *"nøktern"* innebærer særlig at den ikke må inneholde opplysninger som kan villede forbrukerne. Eksempelvis ved å unnlate å opplyse om uheldige skader av behandlingen.

Kravet om saklighet medfører særlig at markedsføringen ikke må utformes slik at den på en utilbørlig måte undergraver eller svekker tilliten til den ordinære helsetjeneste, til helsepersonell eller andre former for alternativ behandling eller behandlere. Eksempelvis å markedsføre sine egne behandlingsmetoder som de eneste kvalifiserte på sitt felt.

Med begrepet *"virksomhetens art"* menes i tillegg til opplysninger av mer forretningsmessig karakter, også opplysninger om de ulike behandlingsformer som utøveren tilbyr, hva disse går ut på og hvordan disse gjennomføres, samt en nøktern beskrivelse av hvilke tilstander de brukes ved.

3.3 Forbud mot bruk av effektpåstander

I forskriftens § 2 annet ledd er det presisert og utdypet hva slags opplysninger eller påstander som *ikke* kan benyttes i markedsføring av alternativ behandling.

Bestemmelsen slår fast at det i markedsføring av alternativ behandling ikke kan benyttes: *"påstander om at en behandlingsform har virkning mot konkrete sykdommer eller lidelser eller på andre måter utformer markedsføringen slik at den gir dette inntrykket."*

Dette er i realiteten et forbud mot bruk av effektpåstander ved markedsføring av alternativ behandling.

Formålet med bestemmelsen er å hindre at det benyttes uriktige eller udokumenterte påstander om eksempelvis hva den markedsførte alternative behandlingen eller behandlingsformen kan hjelpe mot, hvor stor bedring som kan påregnes og hvor stor sannsynlighet det er for at behandlingen kan ha effekt.

Påstander om behandlingseffekt krever som utgangspunkt at tilbyder må kunne fremlegge anerkjent forskningsmaterialer som kan dokumentere disse påstandene. Tilbydere av alternativ behandling kan ikke oppfylle dette kravet og slike påstander er derfor forbudt.

En tommelfingerregel er:

Jo mer konkrete tilstander (sykdommer eller lidelser) som angis i markedsføringen, desto mer forsiktig må man være med å omtale hva som kan oppnås ved behandlingen.

3.3.1 Beskrivelse av hva som kan oppnås ved behandlingen

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

Det er derfor viktig å utvise aktsomhet dersom man beskriver hva som kan oppnås ved behandlingen i markedsføring.

For en nærmere redegjørelse av hvilke bekrivelse av effekt/virkning som ikke er tillatt og hvilke som kan være tillatt, viser vi til de vedlagte retningslinjer punkt 4.3.1.

3.3.2 *Beskrivelse av tilstander*

I lys av at det er forbudt å fremsette påstander om at en alternativ behandling eller behandlingsform har virkning mot konkrete sykdommer eller lidelser, er det viktig å vise aktsomhet ved bekrivelsen av hvilke tilstander behandlingen kan benyttes ved.

For en nærmere redegjørelse av hvilke bekrivelser av tilstander som er tillatt og ikke, viser vi til retningslinjene punkt 4.3.2.

3.3.3 *Bruk av kilder*

Bruk av autoritative kilder vil lett oppfattes som en påstand om at behandlingen har effekt og er derfor som hovedregel ikke tillatt, jf. forskriftens § 2 annet ledd.

Eksempler er vitenskapelige studier eller forskning som omhandler behandleren eller den enkelte behandlingsform. Tilsvarende gjelder uttalelser, anbefalinger eller konklusjoner fra fagtidsskrifter, forskningsinstitusjoner og lignende. Uttalelser hvor helsepersonell går god for en alternativ behandlingsform vil lett kunne gi inntrykk av at behandlingsformen har effekt og er ikke tillatt å bruke i markedsføringen.

Uttalelser fra fornøyde kunder, brukerundersøkelser og lignende kan heller ikke benyttes i markedsføringen. Forbudet gjelder også for henvisninger til artikler i ukeblad, dagspresse, blogger etc.

Det skal ikke være mulig å omgå forbudet mot effektpåstander ved å henvise til kilder som ligger utenfor den enkelte utøvers markedsføring. Lenker til andre internettsider vil som hovedregel bli ansett som en del av behandlerens markedsføring. Det bør således utvises aktsomhet ved bruk av slike lenker.

3.4 **Forbud mot markedsføring av behandling av sykdommer og lidelser som alternative behandlere ikke har lov til å behandle jf. alternativloven §§ 5-7**

Forskriftens § 2 tredje ledd fastslår at den som tilbyr alternativ behandling ikke kan markedsføre behandlingsformer eller behandling av sykdommer eller lidelser som man etter alternativlovens §§ 5-7 mv. ikke har lov til å behandle.

I praksis innebærer dette et forbud mot markedsføring av medisinske inngrep eller behandling som kan medføre alvorlig helserisiko, behandling av allmennfarlige smittsomme sykdommer og av såkalte alvorlige sykdommer og lidelser.⁴

⁴ Henvisning til liste finnes her: jf. Helsetilsynet

4. Forbrukerombudets vurdering av markedsføringen av alternativ behandling fra Westbytnet Naturmedisinske Klinik.

Markedsføring av effektpåstander

Forbrukerombudet registrerte under vår kontrollaksjon 13. mars 2014 markedsføring av alternativ behandling fra Westbytnet Naturmedisinske klinik på nettsiden;
www.westbytnet.no

I markedsføringen brukes det følgende beskrivelser av hva forbrukerne kan forvente å oppnå ved den alternative behandlingen eller behandlingsformen som Westbytnet tilbyr:

- *New Light laserbehandling har biologiske stimulerende egenskaper og har positiv innvirkning på legende og oppbyggende prosesser i den levende cellen liksom påvirkning på hjernen og psyken.*

New light laserbehandling anvendes i dag for å behandle(...)

- *Bioresonans gir ofte svært gode resultater fordi vi starter med å behandle ÅRSÅKEN til lidelsen som pasienten har.*

Pasientene har som regel på forhånd prøvd mange andre behandlingsformer uten nevneverdig resultat, men opplever at bedringen kommer raskt etter behandling med bioresonans.

Beskrivelsene av effekten av de alternative behandlingsformene er knyttet til konkrete sykdommer og lidelser. Blant annet hevdes det at behandlingene vil ha en virkning mot følgende konkrete sykdommer, diagnoser og lidelser:

Hudsykdommer, betennelser og bensår, blodsykdommer, astma, høysnue, Ulcerøs Colitt – Morbus Crohn, iskias/lumbago, nerveskader, psoriasis, hodepine/migrene og ørebetennelse, tinnitus, hørselskader mm, kroniske allergier, livsstilssykdommer.

Lidelsene og sykdommene brukes sammen med formuleringer som for eksempel «New Laserbehandling anvendes i dag for å behandle astma, ulcerøs colitt mm.»,

Forbrukerombudets vurdering er at markedsføringen gir den jevne forbruker et klart inntrykk av at de alternative behandlingsformene New Light og Bioresonans som Westbytnet tilbyr har en effekt på de sykdommer og lidelser som er nevnt i det foregående.

Markedsføringen er i strid med forbudet mot bruk av effektpåstander i alternativloven § 8 fjerde ledd jf. forskriften § 2 annet ledd og dermed ulovlig.

Forbrukerombudet ber derfor om at Westbytnet umiddelbart endrer markedsføringen slik at den er i tråd med forskriften, herunder fjerner de aktuelle effektpåstandene.

5. Krav om innrettelse

Forbrukerombudet ber om at Westbytnet umiddelbart gjennomgår sin markedsføring i alle medier og gjør de endringer som er nødvendige for at markedsføringen skal være i tråd med kravene som følger av alternativloven, forskriften og Forbrukerombudets retningslinjer.

Ta gjerne kontakt med Anna Stabell på e-post as@forbrukerombudet.no eller telefonnummer 468 18 063 dersom dere har noen spørsmål i denne forbindelse.

6. Avslutning

Ettersom dette er vår første henvendelse til dere vedrørende overtredelse av alternativloven og forskriften vil saken med dette bli avsluttet fra vår side.

Dersom vi ikke hører noe fra dere, legger vi til grunn at Westbytnet vil innrette sin fremtidige markedsføring slik at den er i tråd med gjeldende lover og regler.

Er dere uenig i faktum eller vår vurdering, eller ønsker ytterligere opplysninger, regner vi med å høre fra dere så **snart som mulig og senest innen 3 uker**.

Forbrukerombudet tar forbehold om å vektlegge denne saken ved en eventuell senere oppfølging av Westbytnets markedsføring av alternativ behandling.

Vi gjør oppmerksom på at markedsføringsloven § 40 jf. § 39 jf. § 34 gir Forbrukerombudet og Markedsrådet hjemmel til å legge ned forbud mot handlinger i strid med markedsføringsloven kapittel 1 til 5. I forbindelse med at det fattes forbudsvedtak skal det som hovedregel fastsettes en tvangsmulkt etter § 42.

Med vennlig hilsen
for Forbrukerombudet

Anna Stabell
Jurist

Vedlegg

- Kopi av markedsføring på www.westbytnet.no
- Utskrift av Lov om alternativ behandling (LOV 2003-06-27)
- Utskrift av Forskrift om markedsføring av alternativ behandling av sykdom (FOR 2003-12-11)
- Forbrukerombudet retningslinjer for markedsføring av alternativ behandling



FORBRUKEROMBUDET

Karina Ødegård
Halvor Heyerdahls vei 50
8626 MO I RANA

Deres ref.

Vår ref.
Sak nr: 14/639-2
Saksbehandler: Hanne Winther Martinusen
Dir.tlf:

Dato:
18.03.2014

Kontrollaksjon - markedsføring av alternativ behandling

1. Innledning

Forbrukerombudet fører tilsyn med at de næringsdrivendes markedsføring, handelspraksis og avtalevilkår i forbrukerforhold er i samsvar med markedsføringsloven (mfl.). Les loven på: www.forbrukerombudet.no

Forbrukerombudet skal, også ut fra hensynet til forbrukerne, føre tilsyn med at markedsføring fra tilbydere av alternativ behandling er i samsvar med lov om alternativ behandling av sykdom (**alternativloven**)¹ og tilhørende forskrift om markedsføring av alternativ behandling av sykdom (**forskriften**).²

Forbrukerombudet har utarbeidet retningslinjer som tar sikte på å gi en enkel oversikt over hvilke krav forskriften stiller ved markedsføring av alternativ behandling.

./ En kopi av retningslinjene følger vedlagt.

Tilbudet av alternativ behandling er stort, med over 200 ulike behandlingsformer. Bruken av alternativ behandling har hatt en kraftig økning de siste årene. I følge en undersøkelse fra NAFKAM har en tredjedel av den voksne befolkningen i Norge benyttet seg av alternativ behandling. I 2012 brukte nordmenn ca. 4 milliarder kroner på alternativ behandling. Dette viser at nordmenn ønsker å bruke alternativ behandling.

Regelverket for markedsføring av alternativ behandling er strengt. All alternativ behandling har det til felles at effekten av behandlingsformene ikke er dokumentert. Derfor er det blant annet ikke lov å benytte effektpåstander i markedsføringen. Bruk av effektpåstander i markedsføring kan føre til at forbrukerne får urealistiske forhåpninger om at en behandling uten dokumentert effekt skal kunne hjelpe dem.

Enkelte brukere av alternativ behandling er forbrukere i en potensielt sårbar posisjon; kronisk syke, personer uten klare diagnoser, personer som venter i helsekø osv. Alternativ behandling kan også ha økonomiske konsekvenser for forbrukerne fordi behandlingen ofte er kostbar.

I lys av det ovennevnte er Forbrukerombudets standpunkt at det er viktig ut fra hensynet til forbrukerne å håndheve de strenge reglene for markedsføring av alternativ behandling.

2. Forbrukerombudets og Statens helsetilsynets kontrollaksjon 13. mars 2014

¹ Lov av 27. juni 2003 nr. 64

² Forskrift av 11. desember 2003, gitt i medhold av alternativloven § 8 femte ledd

Forbrukerombudet har de siste årene gjennomført flere kontrollaksjoner der vi har undersøkt markedsføringen til et større antall tilbydere av alternativ behandling.

Ett av punktene på Forbrukerombudets virksomhetsplan for 2014 er å gjennomføre en ny kontrollaksjon på markedsføring av alternativ behandling med særlig fokus på bruk av påstander om at alternativ behandling har virkning på konkrete alvorlige sykdommer og lidelser – såkalte effektpåstander.³

I samarbeid med Statens helsetilsynet gjennomførte Forbrukerombudet den planlagte kontrollaksjonen 13. mars 2014.

Statens Helsetilsyn fokuserte i sine undersøkelser hovedsakelig på om autorisert helsepersonell som tilbyr alternativ behandling fulgte kravene for markedsføring i helsepersonellovens § 13. Bestemmelsen fastslår at markedsføring av helse- og omsorgstjenester skal være forsvarlig, nøktern og saklig.

Forbrukerombudet konsentrerte sine undersøkelser til om markedsføringen var i tråd med alternativlovens § 8 fjerde ledd og forskriftens § 2. Se beskrivelse under punkt 3.

Forbrukerombudet undersøkte markedsføring av alternativ behandling på internett og i aviser, og markedsføring til aktører vi tidligere har hatt saker mot, samt alle klager og tips vi har mottatt i 2013 og hittil i 2014. Totalt kontrollerte Forbrukerombudet og Statens helsetilsyn markedsføring fra over 250 tilbydere av alternativ behandling.

Under kontrollaksjonen registrerte Forbrukerombudet markedsføring av alternativ behandling fra dere, og finner grunn til å *orientere dere* om kravene etter alternativloven og forskriften. Den aktuelle markedsføringen ble observert på: www.dittindrelys.no.

Vi vil i det følgende redegjøre for de rettslige kravene som stilles ved markedsføring av alternativ behandling, og ber om at dere tar hensyn til dette i deres nåværende og fremtidige markedsføring.

3. Rettslige krav ved markedsføring av alternativ behandling

3.1 Utgangspunkt

Kravene i forskriftens § 2 gjelder annonsering og markedsføring av enhver art og i ethvert medium, jf. forskriftens § 3. For eksempel gjelder den for trykt markedsføring, markedsføring på internett og i alle sosiale medier, f.eks på blogger og på Facebook.

Markedsføringen skal vurderes ut fra det umiddelbare inntrykket den antas å gi den jevne forbruker, jf. forskriftens § 4. Det vil si at det ikke har betydning hva markedsføringen var ment å formidle. Det avgjørende er hvordan den jevne forbruker oppfatter budskapet i markedsføringen ut fra en helhetsvurdering av tekst, bilder/illustrasjoner og utforming.

3.2 Hovedregel

Alternativlovens § 8 fjerde ledd og forskriftens § 2 første ledd fastslår at den som tilbyr alternativ behandling skal gi "*en nøktern og saklig beskrivelse av virksomhetens art*".

³ Se punkt 12 «helse» i Forbrukerombudets virksomhetsplan på www.forbrukerombudet.no.

Kravet om at markedsføringen må være "nøktern" innebærer særlig at den ikke må inneholde opplysninger som kan villedе forbrukerne. Eksempelvis ved å unnlate å opplyse om uheldige skader av behandlingen.

Kravet om saklighet medfører særlig at markedsføringen ikke må utformes slik at den på en utilbørlig måte undergraver eller svekker tilliten til den ordinære helsetjeneste, til helsepersonell eller andre former for alternativ behandling eller behandlere. Eksempelvis å markedsføre sine egne behandlingsmetoder som de eneste kvalifiserte på sitt felt.

Med *begrepet "virksomhetens art"* menes i tillegg til opplysninger av mer forretningsmessig karakter, også opplysninger om de ulike behandlingsformer som utøveren tilbyr, hva disse går ut på og hvordan disse gjennomføres, samt en nøktern beskrivelse av hvilke tilstander de brukes ved.

3.3 Forbud mot bruk av effektpåstander

I forskriftens § 2 annet ledd er det presisert og utdypet hva slags opplysninger eller påstander som *ikke* kan benyttes i markedsføring av alternativ behandling.

Bestemmelsen slår fast at det i markedsføring av alternativ behandling ikke kan benyttes: "påstander om at en behandlingsform har virkning mot konkrete sykdommer eller lidelser eller på andre måter utformer markedsføringen slik at den gir dette inntrykket."

Dette er i realiteten et forbud mot bruk av effektpåstander ved markedsføring av alternativ behandling.

Formålet med bestemmelsen er å hindre at det benyttes uriktige eller udokumenterte påstander om eksempelvis hva den markedsførte alternative behandlingen eller behandlingsformen kan hjelpe mot, hvor stor bedring som kan påregnes og hvor stor sannsynlighet det er for at behandlingen kan ha effekt.

Påstander om behandlingseffekt krever som utgangspunkt at tilbyder må kunne fremlegge anerkjent forskningsmaterialer som kan dokumentere disse påstandene. Tilbydere av alternativ behandling kan ikke oppfylle dette kravet og slike påstander er derfor forbudt.

En tommelfingerregel er:

Jo mer konkrete tilstander (sykdommer eller lidelser) som angis i markedsføringen, desto mer forsiktig må man være med å omtale hva som kan oppnås ved behandlingen.

3.3.1 Beskrivelse av hva som kan oppnås ved behandlingen

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

Det er derfor viktig å utvise aktsomhet dersom man beskriver hva som kan oppnås ved behandlingen i markedsføring.

For en nærmere redegjørelse av hvilke beskrivelse av effekt/virkning som ikke er tillatt og hvilke som kan være tillatt, viser vi til de vedlagte retningslinjer punkt 4.3.1.

3.3.2 *Beskrivelse av tilstander*

I lys av at det er forbudt å fremsette påstander om at en alternativ behandling eller behandlingsform har virkning mot konkrete sykdommer eller lidelser, er det viktig å vise aktsomhet ved beskrivelsen av hvilke tilstander behandlingen kan benyttes ved.

For en nærmere redegjørelse av hvilke beskrivelser av tilstander som er tillatt og ikke, viser vi til retningslinjene punkt 4.3.2.

3.3.3 *Bruk av kilder*

Bruk av autoritative kilder vil lett oppfattes som en påstand om at behandlingen har effekt og er derfor som hovedregel ikke tillatt, jf. forskriftens § 2 annet ledd.

Eksempler er vitenskapelige studier eller forskning som omhandler behandleren eller den enkelte behandlingsform. Tilsvarende gjelder uttalelser, anbefalinger eller konklusjoner fra fagtidsskrifter, forskningsinstitusjoner og lignende. Uttalelser hvor helsepersonell går god for en alternativ behandlingsform vil lett kunne gi inntrykk av at behandlingsformen har effekt og er ikke tillatt å bruke i markedsføringen.

Uttalelser fra fornøyde kunder, brukerundersøkelser og lignende kan heller ikke benyttes i markedsføringen. Forbudet gjelder også for henvisninger til artikler i ukeblad, dagspresse, blogger etc.

Det skal ikke være mulig å omgå forbudet mot effektpåstander ved å henvise til kilder som ligger utenfor den enkelte utøvers markedsføring. Lenker til andre nettsider vil som hovedregel bli ansett som en del av behandlerens markedsføring. Det bør således utvises aktsomhet ved bruk av slike lenker.

3.4 **Forbud mot markedsføring av behandling av sykdommer og lidelser som alternative behandlere ikke har lov til å behandle jf. alternativloven § 5-7**

Forskriftens § 2 tredje ledd fastslår at den som tilbyr alternativ behandling ikke kan markedsføre behandlingsformer eller behandling av sykdommer eller lidelser som man etter alternativlovens § 5-7 mv. ikke har lov til å behandle.

I praksis innebærer dette et forbud mot markedsføring av medisinske inngrep eller behandling som kan medføre alvorlig helserisiko, behandling av allmennfarlige smittsomme sykdommer og av såkalte alvorlige sykdommer og lidelser.⁴

4. **Avslutning**

Du har mottatt dette brevet som en orientering om regelverket. Dette på bakgrunn av vår kontrollaksjon sammen med Statens helsetilsyn, og fordi vi som et ledd i vårt tilsynsarbeid finner det hensiktsmessig også å orientere utøvere av alternativ behandling om de krav som følger av alternativloven og forskriften.

Du skriver under fanen "Konsulasjon" på www.dittindrelys.no:

"Det er strenge regler for markedsføring av alternativ behandling. Derfor finner du ingen på mine nettsider som uttaler seg om behandlingen, selv om jeg rent personlig ville synes det var både fint og hyggelig."

Forbrukerombudets vurdering er at gjennomsnittsforbrukeren meget lett kan oppfatte denne uttalelsen slik at den alternative behandlingen du tilbyr kan ha en effekt, men regelverket forbyr alternative behandlere å omtale denne effekten. Å formulere seg på

en slik måte er en omgåelse av regelverket. Vi ber derfor om at du umiddelbart fjerner denne uttalelsen.

Vi ber om at dere tar hensyn til denne redegjørelsen og sørger for at fremtidig markedsføring er i tråd med gjeldende lover og regler.

Med vennlig hilsen
for Forbrukerombudet

Hanne Martinusen
Juridisk seniorrådgiver

Vedlegg:

- Utskrift av Lov om alternativ behandling (LOV 2003-06-27)
- Utskrift av Forskrift om markedsføring av alternativ behandling av sykdom (FOR 2003-12-11)
- Forbrukerombudet retningslinjer for markedsføring av alternativ behandling



FORBRUKEROMBUDET

Østensjø akupunktur og homeopati
Østmarkveien 2
0687 OSLO

Deres ref.

Vår ref.
Sak nr: 14/615-1
Saksbehandler: Hanne Winther Martinusen
Dir.tlf:

Dato:
18.03.2014

Kontrollaksjon - Markedsføring av alternativ behandling

1. Innledning

Forbrukerombudet fører tilsyn med at de næringsdrivendes markedsføring, handelspraksis og avtalevilkår i forbrukerforhold er i samsvar med markedsføringsloven (mfl.). Les loven på: www.forbrukerombudet.no

Forbrukerombudet skal, også ut fra hensynet til forbrukerne, føre tilsyn med at markedsføring fra tilbydere av alternativ behandling er i samsvar med lov om alternativ behandling av sykdom (**alternativloven**)¹ og tilhørende forskrift om markedsføring av alternativ behandling av sykdom (**forskriften**).²

Forbrukerombudet har utarbeidet retningslinjer som tar sikte på å gi en enkel oversikt over hvilke krav forskriften stiller ved markedsføring av alternativ behandling.

./ En kopi av retningslinjene følger vedlagt.

Tilbudet av alternativ behandling er stort, med over 200 ulike behandlingsformer. Bruken av alternativ behandling har hatt en kraftig økning de siste årene. I følge undersøkelser har en tredjedel av den voksne befolkningen i Norge benyttet seg av alternativ behandling. I 2012 brukte nordmenn ca. 4 milliarder kroner på alternativ behandling. Dette viser at nordmenn ønsker å bruke alternativ behandling.

Regelverket for markedsføring av alternativ behandling er strengt. All alternativ behandling har det til felles at effekten av behandlingsformene ikke er dokumentert. Derfor er det blant annet ikke lov å benytte effektpåstander i markedsføringen. Bruk av effektpåstander i markedsføring kan føre til at forbrukerne får urealistiske forhåpninger om at en behandling uten dokumentert effekt skal kunne hjelpe dem.

Enkelte brukere av alternativ behandling er forbrukere i en potensielt sårbar posisjon; kronisk syke, personer uten klare diagnoser, personer som venter i helsekø osv. Alternativ behandling kan også ha økonomiske konsekvenser for forbrukerne fordi behandlingen ofte er kostbar.

I lys av det ovennevnte er Forbrukerombudets standpunkt at det er viktig ut fra hensynet til forbrukerne å håndheve de strenge reglene for markedsføring av alternativ behandling.

¹ Lov av 27. juni 2003 nr. 64

² Forskrift av 11. desember 2003, gitt i medhold av alternativloven § 8 femte ledd

1. Forbrukerombudets og Statens helsetilsynets kontrollaksjon 13. mars 2014

Forbrukerombudet har de siste årene gjennomført flere kontrollaksjoner der vi har undersøkt markedsføringen til et større antall tilbydere av alternativ behandling.

Ett av punktene på Forbrukerombudets virksomhetsplan for 2014 er å gjennomføre en ny kontrollaksjon på markedsføring av alternativ behandling med særlig fokus på bruk av påstander om at alternativ behandling har virkning på konkrete alvorlige sykdommer og lidelser – såkalte effektpåstander.³

I samarbeid med Statens helsetilsynet gjennomførte Forbrukerombudet den planlagte kontrollaksjonen 13. mars 2014.

Statens Helsetilsyn fokuserte i sine undersøkelser hovedsakelig på om autorisert helsepersonell som tilbyr alternativ behandling fulgte kravene for markedsføring i helsepersonellovens § 13. Bestemmelsen fastslår at markedsføring av helse- og omsorgstjenester skal være forsvarlig, nøktern og saklig.

Forbrukerombudet konsentrerte sine undersøkelser til om markedsføringen var i tråd med alternativlovens § 8 fjerde ledd og forskriftens § 2. Se beskrivelse under punkt 3.

Forbrukerombudet undersøkte markedsføring av alternativ behandling på internett og i aviser, og markedsføring til aktører vi tidligere har hatt saker mot, samt alle klager og tips vi har mottatt i 2013 og hittil i 2014. Totalt kontrollerte Forbrukerombudet og Statens helsetilsyn markedsføring fra over 250 tilbydere av alternativ behandling.

Under kontrollaksjonen registrerte Forbrukerombudet markedsføring av alternativ behandling fra Østensjø akupunktur og homeopati som ikke er i tråd med alternativlovens og forskriftens krav. En kopi av markedsføringen følger vedlagt.
./.

Vi vil i det følgende redegjøre for de rettslige kravene som stilles ved markedsføring av alternativ behandling, og vår vurdering av den aktuelle markedsføringen fra Østensjø akupunktur og homeopati

2. Rettslige krav ved markedsføring av alternativ behandling

2.1 Utgangspunkt

Kravene i forskriftens § 2 gjelder annonsering og markedsføring av enhver art og i ethvert medium, jf. forskriftens § 3.

Markedsføringen skal vurderes ut fra det umiddelbare inntrykket den antas å gi den jevne forbruker, jf. forskriftens § 4. Det vil si at det ikke har betydning hva markedsføringen var ment å formidle. Det avgjørende er hvordan den jevne forbruker oppfatter budskapet i markedsføringen ut fra en helhetsvurdering av tekst, bilder/illustrasjoner og utforming.

2.2 Hovedregel

Alternativlovens § 8 fjerde ledd og forskriftens § 2 første ledd fastslår at den som tilbyr alternativ behandling skal gi *"en nøktern og saklig beskrivelse av virksomhetens art"*.

³ Se punkt 12 «helse» i Forbrukerombudets virksomhetsplan på www.forbrukerombudet.no.

Kravet om at markedsføringen må være "nøktern" innebærer særlig at den ikke må inneholde opplysninger som kan villedе forbrukerne. Eksempelvis ved å unnlate å opplyse om uheldige skader av behandlingen.

Kravet om saklighet medfører særlig at markedsføringen ikke må utformes slik at den på en utilbørlig måte undergraver eller svekker tilliten til den ordinære helsetjeneste, til helsepersonell eller andre former for alternativ behandling eller behandlere. Eksempelvis å markedsføre sine egne behandlingsmetoder som de eneste kvalifiserte på sitt felt.

Med *begrepet "virksomhetens art"* menes i tillegg til opplysninger av mer forretningsmessig karakter, også opplysninger om de ulike behandlingsformer som utøveren tilbyr, hva disse går ut på og hvordan disse gjennomføres, samt en nøktern beskrivelse av hvilke tilstander de brukes ved.

2.3 Forbud mot bruk av effektpåstander

I forskriftens § 2 annet ledd er det presisert og utdypet hva slags opplysninger eller påstander som *ikke* kan benyttes i markedsføring av alternativ behandling.

Bestemmelsen slår fast at det i markedsføring av alternativ behandling ikke kan benyttes: *"påstander om at en behandlingsform har virkning mot konkrete sykdommer eller lidelser eller på andre måter utformer markedsføringen slik at den gir dette inntrykket."*

Dette er i realiteten et forbud mot bruk av effektpåstander ved markedsføring av alternativ behandling.

Formålet med bestemmelsen er å hindre at det benyttes uriktige eller udokumenterte påstander om eksempelvis hva den markedsførte alternative behandlingen eller behandlingsformen kan hjelpe mot, hvor stor bedring som kan påregnes og hvor stor sannsynlighet det er for at behandlingen kan ha effekt.

Påstander om behandlingseffekt krever som utgangspunkt at tilbyder må kunne fremlegge anerkjent forskningsmaterialer som kan dokumentere disse påstandene. Tilbydere av alternativ behandling kan ikke oppfylle dette kravet og slike påstander er derfor forbudt.

En tommelfingerregel er:

Jo mer konkrete tilstander (sykdommer eller lidelser) som angis i markedsføringen, desto mer forsiktig må man være med å omtale hva som kan oppnås ved behandlingen.

3.3.1 Beskrivelse av hva som kan oppnås ved behandlingen

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

Det er derfor viktig å utvise aktsomhet dersom man beskriver hva som kan oppnås ved behandlingen i markedsføring.

For en nærmere redegjørelse av hvilke beskrivelse av effekt/virkning som ikke er tillatt og hvilke som kan være tillatt, viser vi til de vedlagte retningslinjer punkt 4.3.1.

3.3.2 *Beskrivelse av tilstander*

I lys av at det er forbudt å fremsette påstander om at en alternativ behandling eller behandlingsform har virkning mot konkrete sykdommer eller lidelser, er det viktig å vise aktsomhet ved beskrivelsen av hvilke tilstander behandlingen kan benyttes ved.

For en nærmere redegjørelse av hvilke beskrivelser av tilstander som er tillatt og ikke, viser vi til retningslinjene punkt 4.3.2.

3.3.3 *Bruk av kilder*

Bruk av autoritative kilder vil lett oppfattes som en påstand om at behandlingen har effekt og er derfor som hovedregel ikke tillatt, jf. forskriftens § 2 annet ledd.

Eksempler er vitenskapelige studier eller forskning som omhandler behandleren eller den enkelte behandlingsform. Tilsvarende gjelder uttalelser, anbefalinger eller konklusjoner fra fagtidsskrifter, forskningsinstitusjoner og lignende. Uttalelser hvor helsepersonell går god for en alternativ behandlingsform vil lett kunne gi inntrykk av at behandlingsformen har effekt og er ikke tillatt å bruke i markedsføringen.

Uttalelser fra fornøyde kunder, brukerundersøkelser og lignende kan heller ikke benyttes i markedsføringen. Forbudet gjelder også for henvisninger til artikler i ukeblad, dagspresse, blogger etc.

Det skal ikke være mulig å omgå forbudet mot effektpåstander ved å henvise til kilder som ligger utenfor den enkelte utøvers markedsføring. Lenker til andre nettsider vil som hovedregel bli ansett som en del av behandlerens markedsføring. Det bør således utvises aktsomhet ved bruk av slike lenker.

3.4 Forbud mot markedsføring av behandling av sykdommer og lidelser som alternative behandlere ikke har lov til å behandle jf. alternativloven §§ 5-7

Forskriftens § 2 tredje ledd fastslår at den som tilbyr alternativ behandling ikke kan markedsføre behandlingsformer eller behandling av sykdommer eller lidelser som man etter alternativlovens §§ 5-7 mv. ikke har lov til å behandle.

I praksis innebærer dette et forbud mot markedsføring av medisinske inngrep eller behandling som kan medføre alvorlig helserisiko, behandling av allmennfarlige smittsomme sykdommer og av såkalte alvorlige sykdommer og lidelser.⁴

3. Forbrukerombudets vurdering av markedsføringen av alternativ behandling fra Østensjø akupunktur og homeopati

3.1 Markedsføring av effektpåstander

Forbrukerombudet registrerte under vår kontrollaksjon 13. februar 2014 markedsføring av alternativ behandling fra Østensjø akupunktur og homeopati på hjemmesiden <http://www.alternativmed.no>.

⁴ Liste over allmennfarlige smittsomme sykdommer gitt etter Forskrift om allmennfarlige smittsomme sykdommer (1994), sist endret 26. mars 2003, finnes her: <http://www.fhi.no/dokumenter/4c1dc70acf.pdf>.

I markedsføringen brukes det følgende beskrivelser av hva forbrukerne kan forvente å oppnå ved den alternative behandlingen som Østensjø akupunktur og homeopati tilbyr:

«Virker stimulerende på kroppens selvhelbredende evne, og som et resultat av dette styrkes bl.a immunapparatet», «derfor spesielt godt egnet også som forebyggende helsearbeid hos barn og voksne», «Det er en effektiv metode som er uten bivirkninger ved riktig bruk. Akupunktur kan dessuten brukes i forebyggende helsearbeid.»

Beskrivelsene av effekten av de alternative behandlingsformene er knyttet til konkrete sykdommer og lidelser. Blant annet hevdes det at behandlingen vil ha en virkning mot følgende konkrete sykdommer, diagnoser og lidelser:

Homeopati: «Gjentatte luftveisinfeksjoner, astma, allergi / matintoleranse, eksem, ørebetennelser, halsbetennelser, ADHD, hyperaktivitet, uro, hodepine / migrene, angst / depresjon, søvnproblemer, stressrelaterte plager, menstruasjonsplager, fordøyelsesplager, urinveisinfeksjoner og utmattethet»

Akupunktur: Smertetilstander, muskler, leddplager, akutte og kroniske rygg og nakkeplager, migrene, spenningshodepine, svimmelhet, menstrasjonsplager (smerter, uregelmessighet, PMS... etc) (...), hyppige forkjølelser, allergier, matintoleranse, bihulebetennelser, nesetetthet, fordøyelsesplager, urinveisinfeksjoner, soppinfeksjoner, svangerskapskvalme, infertilitet, depresjoner, angst, (...), søvnforstyrrelser, (...).»

Forbrukerombudets vurdering er at markedsføringen gir den jevne forbruker et klart inntrykk av at homeopati og akupunktur som Østensjø akupunktur og homeopati tilbyr har en effekt på plager med gjentatte luftveisinfeksjoner, astma, allergi/matintoleranse, eksem, ørebetennelser, halsbetennelser, ADHD, hyperaktivitet, uro, hodepine/migrene, angst/ depresjon, stressrelaterte plager, menstruasjonsplager, fordøyelsesplager, urinveisinfeksjoner, akutte og kroniske rygg og nakkeplager, migrene, spenningshodepine, svimmelhet, menstrasjonsplager, hyppige forkjølelser, allergier, matintoleranse, bihulebetennelser, nesetetthet, fordøyelsesplager, urinveisinfeksjoner, soppinfeksjoner, svangerskapskvalme, infertilitet, depresjoner, angst.

Markedsføringen er med dette i strid med forbudet mot bruk av effektpåstander i alternativloven § 8 fjerde ledd jf. forskriften § 2 annet ledd og dermed ulovlig.

Forbrukerombudet ber derfor om at Østensjø akupunktur og homeopati umiddelbart endrer markedsføringen slik at den er i tråd med forskriften, herunder fjerner de aktuelle effektpåstandene.

3.2 Markedsføring av behandling av sykdommer og lidelser som alternative behandlere ikke har lov til å behandle jf. alternativloven §§ 5-7

På hjemmesiden til Østensjø akupunktur og homeopati vises det til at migrene behandles med homeopati.

Migrene er å anse som en allmennfarlig smittsom sykdom.⁵ Migrene skal derfor kun gjøres av helsepersonell, jf. alternativlovens §§ 5-7. Som alternativ behandler har du ikke lov å behandle disse sykdommene.

⁵ Liste over allmennfarlige smittsomme sykdommer gitt etter Forskrift om allmennfarlige smittsomme (1994), sist endret 26. mars 2003.

Markedsføringen er i strid med forbudet i forskriftens § 2 tredje ledd mot markedsføring av behandlingsformer og behandling av sykdommer og lidelser som alternative behandlere ikke har lov til å utøve eller behandle.

Forbrukerombudet ber om at Østensjø akupunktur og homeopati umiddelbart fjerner den aktuelle markedsføringen fra samtlige medier og avstår fra denne typen markedsføring i fremtiden.

4. Krav om innrettelse

Forbrukerombudet ber om at Østensjø akupunktur og homeopati umiddelbart gjennomgår sin markedsføring i alle medier og gjør de endringer som er nødvendige for at markedsføringen skal være i tråd med kravene som følger av alternativloven, forskriften og Forbrukerombudets retningslinjer.

Ta gjerne kontakt med Hanne Winther Martinusen på e-post hwm@forbrukerombudet.no eller telefonnummer 48 24 78 31 dersom du har noen spørsmål i denne forbindelse.

5. Avslutning

Ettersom dette er vår første henvendelse til dere vedrørende overtredelse av alternativloven og forskriften vil saken med dette bli avsluttet fra vår side.

Dersom vi ikke hører noe fra dere, legger vi til grunn Østensjø akupunktur og homeopati at vil innrette sin fremtidige markedsføring slik at den er i tråd med gjeldende lover og regler.

Er dere uenig i faktum eller vår vurdering, eller ønsker ytterligere opplysninger, regner vi med å høre fra Østensjø akupunktur og homeopati så **snart som mulig og senest innen 3 uker**.

Forbrukerombudet tar forbehold om å vektlegge denne saken ved en eventuell senere oppfølging av Østensjø akupunktur og homeopati markedsføring av alternativ behandling.

Vi gjør oppmerksom på at markedsføringsloven § 40 jf. § 39 jf. § 34 gir Forbrukerombudet og Markedsrådet hjemmel til å legge ned forbud mot handlinger i strid med markedsføringsloven kapittel 1 til 5. I forbindelse med at det fattes forbudsvedtak skal det som hovedregel fastsettes en tvangsmulkt etter § 42.

Med vennlig hilsen
for Forbrukerombudet

Hanne Winther Martinusen
Juridisk seniorrådgiver

Vedlegg:

- Kopi av markedsføring
- Utskrift av Lov om alternativ behandling (LOV 2003-06-27)
- Utskrift av Forskrift om markedsføring av alternativ behandling av sykdom (FOR 2003-12-11)
- Forbrukerombudet retningslinjer for markedsføring av alternativ behandling