

Riktlinjer för marknadsföring av hälso- och sjukvård samt tandvård

Riktlinjernas syfte och bakgrund

Dessa riktlinjer syftar till att tydliggöra vad som gäller för marknadsföring av hälso- och sjukvård samt tandvård i Region Stockholm.

En marknadsföring som är tydlig, informativ och baserad på fakta underlättar för invånare och patienter att fatta välgrundade beslut. Tydliga gemensamma principer för marknadsföring bidrar även till att upprätthålla ett högt förtroende för regionens hälso- och sjukvård samt tandvård.

Riktlinjerna kompletterar de grundläggande bestämmelser som finns i marknadsföringslagen (2008:486) och omfattar all marknadsföring i såväl fysiska som digitala kanaler.

Riktlinjerna gäller vårdgivare inom offentligt finansierad hälso- och sjukvård samt tandvård och omfattar all hälso- och sjukvård samt tandvård som erbjuds fysiskt och digitalt. De gäller inte för privat finansierad vård som finansieras genom försäkringar eller på annat sätt med privata medel. Riktlinjerna riktar sig även till underleverantörer som är vårdgivare enligt Socialstyrelsens definition.

Vårdgivarens ansvar

Vårdgivaren ansvarar för att dessa riktlinjer samt övriga tillämpliga lagar och regler iakttas och efterföljs vid information och marknadsföring av vårdverksamheter och vårdtjänster.

Riktlinjerna är bindande för parterna genom vårdavtalet mellan vårdgivaren och Region Stockholm.

Att bryta mot riktlinjerna utgör ett avtalsbrott som är av väsentlig betydelse för Region Stockholm. I de fall vårdgivaren har anlitat en underleverantör ansvarar den vårdgivare som regionen tecknat avtal med för att denne följer riktlinjerna i enlighet med vad som gäller för underleverantörer.

Utgångspunkter för hälso- och sjukvården samt tandvården

- Målet är en god hälsa och att vården ges på lika villkor för hela befolkningen.
- Vården ska ges med respekt för alla människors lika värde och för den enskilda människans värdighet.
- Den som har det största behovet ska ges företräde till vården.
- Vården ska arbeta för att förebygga ohälsa.
- Vårdens resurser ska utnyttjas effektivt så att den kommer till nytta för så många behövande som möjligt.

Tillämpliga lagar och regler för vårdgivarens marknadsföring

All marknadsföring ska utgå från principerna i hälso- och sjukvårdslagen (2017:30), tandvårdslagen (1985:125), patientlagen (2014:821) och marknadsföringslagen (2008:486).

Vad är marknadsföring?

Med marknadsföring avses vårdgivares kommunikation som är avsedd att främja avsättningen av och tillgången till vårdgivarens tjänster och produkter.

Vad är information?

Med information avses objektiva fakta som vårdgivaren tillhandahåller, till exempel information om patientlagen, vårdgarantin, öppettider samt behandlingsinformation och liknande.

Krav på vårdgivarens marknadsföring av hälso- och sjukvård samt tandvård**Vårdgivarens marknadsföring ska:**

- stämma överens med god marknadsföringssed,
- vara saklig, korrekt och relevant,
- vara etiskt utformad och ske i kanaler som upprätthåller förtroendet för vårdgivaren, Region Stockholm och hälso- och sjukvårdssystemet i stort,
- utgå från Socialstyrelsens föreskrifter om basal hygien i vård och omsorg i val av vårbilder,
- ske med stort hänsynstagande till mottagaren och dennes utsatta ställning i egenskap av patient,
- omfatta det uppdrag som anges mellan vårdgivaren och Region Stockholm,
- beskriva de produkter och tjänster som ingår i avtalet med Region Stockholm. Övriga produkter och tjänster som vårdgivaren erbjuder

- får inte marknadsföras i nära anslutning till de som är avtalade med Region Stockholm,
- innehålla fakta som baseras på vetenskap och evidens inom hälso- och sjukvård samt tandvård,
 - ska anpassas och utformas efter målgruppens behov och förutsättningar.

Vårdgivares marknadsföring ska inte:

- uppmuntra till vård som inte är medicinskt eller odontologiskt motiverad,
- utformas så att den kan anses som stötande eller kränkande,
- påverka invånare och patienter att välja alternativ som inte är evidensbaserade och därigenom riskera att försämra invånarens och patientens förmåga att fatta ett välgrundat beslut,
- syfta till merförsäljning av privat finansierad vård vid marknadsföring av produkter och tjänster som är avtalade med Region Stockholm,
- formuleras så att invånare och patienter riskerar att vilseledas om vad som omfattas av avtalet med Region Stockholm.

Identifikation och avsändare

Alla verksamheter som har avtal och arbetar på uppdrag av Region Stockholm ska ha en tydlig, identifierbar avsändare som anges i annonser och annan marknadsföring som rör uppdraget. Relationen mellan Region Stockholm och uppdragstagaren ska därför tydligt framgå i alla kommunikativa sammanhang. Privata vårdgivares företag eller mottagningar får inte ha namn eller använda en utformning, vare sig på digitala eller fysiska platser, som på något sätt kan uppfattas som att de tillhör eller ägs av Region Stockholm.

Region Stockholm tillhandahåller ett så kallat uppdragsmärke för att tydliggöra relationen mellan privata vårdgivare och Region Stockholm. Uppdragsmärket ska användas i samband med marknadsföring av och information om de vårdtjänster som ingår i avtalet. Det är inte tillåtet att använda uppdragsmärket vid marknadsföring av andra tjänster än för de vårduppdrag som utförs enligt avtal. Utgångspunkt för information och marknadsföring ska vara det vårduppdrag som anges i avtalet med Region Stockholm.

Vårdgivares marknadsföring ska utformas och presenteras så att det tydligt framgår att det är fråga om marknadsföring. Det ska även vara tydligt för mottagaren att det är vårdgivaren som är avsändare av marknadsföringen.

En underleverantör får inte marknadsföra sig så att det uppfattas som att denne har en direkt avtalsrelation med Region Stockholm.

En underleverantör får därför inte använda uppdragsmärket för marknadsföring av sina tjänster, även om dessa utförs på uppdrag av en vårdgivare som har avtal med Region Stockholm. Undantag kan ges om avtalsparten i Region Stockholm gett sitt medgivande.

Pris och avgifter

Vårdgivare får inte ge erbjudanden om rabatterade besök, erbjuda tjänster, produkter eller annat av ekonomiskt värde som ett led i sin marknadsföring. Vårdgivare får inte marknadsföra tjänster som utförs på uppdrag av Region Stockholm som gratis, avgiftsbefriade eller med annat uttryck som indikerar eller framhäver invånare och patientens begränsade eller obefintliga kostnad för vårdgivarens tjänster. Vårdgivare anmodas att ange tillämpliga avgifter så att vårdtagare på förhand förstår kostnaden för sin vårdkontakt.

Marknadsföring till barn- och ungdomar

Vårdgivare får inte rikta sin marknadsföring till barn och ungdomar under 18 år. Vårdgivares marknadsföring får inte förekomma i radio, tv, på webbsidor eller i sociala medier och andra kanaler som vänder sig till barn och ungdomar, eller vars besökare till stor andel består av barn och ungdomar.

Information till invånare och patienter

Vårdgivaren är skyldig att informera invånare och patienter om deras rätt gällande vårdgarantin och vårdgivarens ansvar gällande den. Vårdgivaren ska alltid tillhandahålla aktuell information om Patientnämnden och hur man kan lämna synpunkter och klagomål på sin vård och behandling. Vårdgivarens egna webbplatser ska innehålla länk till 1177.se/stockholm eller enligt vad som anges i avtalet. Vårdgivaren ska på begäran av Region Stockholm exponera informationsmaterial i väntrum och/eller andra lämpliga utrymmen som är av relevans för patient och närstående.

Marknadsföring av produkter och tjänster som ligger utanför hälso- och sjukvårdens samt tandvårdens område får inte förekomma i de miljöer där vårdgivaren verkar. Det omfattar digitala miljöer, väntrum, eller andra fysiska lokaler där invånare och patienter uppehålls. Detta inkluderar till exempel information av politisk karaktär, naturläkemedel, övriga läkemedel och behandlingsmetoder som är oförenliga med vetenskap och beprövad erfarenhet.