

Bemærkninger til forslag til landstingsforordning om reklamering for sundhedsydelse

Almindelige bemærkninger

1. Formålet med forordningsforslaget

Formålet med forordningsforslaget er at etablere et ensartet og sammenhængende regelsæt om reklamering for sundhedsmæssig virksomhed, der samtidig indebærer en afbalanceret regulering af reklameadgangen under hensyntagen til de særlige forhold, der karakteriserer udbud af sundhedsydelse.

Forordningsforslaget vedrører udelukkende adgangen til at reklamere for den virksomhed, som autoriserede og ikke-autoriserede sundhedspersoner har adgang til at udøve inden for deres område, dvs. den type ydelse i form af sygdomsbehandling og anden sundhedspleje, som de kan tilbyde, mens forordningsforslaget ikke omfatter reklamering for produkter, der kan anvendes som led i sundhedsmæssig behandling. Reklamering for kosttilskud, lægemidler, naturlægemidler og medicinsk udstyr er således omfattet af anden lovgivning.

Med forordningsforslaget sker i forhold til de gældende regler en vis udvidelse af reklameringsadgangen for en række sundhedsgrupper, herunder ikke-autoriserede sundhedspersoner, mens nogle få gruppers reklameringsadgang begrænses (bl.a. optikere og psykologer). Samtidig kommer der med enkelte få undtagelser til at gælde helt ensartede regler for al reklamering, som udføres af eller på vegne af autoriserede eller ikke-autoriserede sundhedspersoner inden for sundhedsområdet.

Patienterne opnår med forordningsforslaget adgang til en mere specifik og brugbar information om behandlingssteder og behandlingstilbud inden for sundhedsområdet end hidtil, idet reklamering for sundhedsydelse får en væsentlig større informationsmæssig værdi for patienterne, uden at informationen generelt set går videre, end at patienterne i almindelighed kan vurdere indholdet heraf.

Forordningsforslaget er udarbejdet efter anbefaling fra en Styregruppe, der blev nedsat i 1997.

Styregruppen var sammensat af medlemmer fra Rigsombudsmanden i Grønland, Justitsministeriet, Sundhedsministeriet, Embedslægeinstitutionen, Landsstyrets Lovkontor samt direktør, lægefaglig konsulent og en del fuldmægtige fra Direktoratet for Sundhed. Styregruppens kom-misorium var at ajourføre det nødvendige regelgrundlag på sundhedsområdet efter hjemtagelsen af sundhedsvæsenet pr. 1. januar 1992. Forordningsforslaget har haft den danske Lov nr. 463 af 10. juni 1997 om reklamering for sundhedsydelse som forbillede.

2. Forordningsforslagets hovedindhold

Forordningsforslaget omhandler reklamering i bred forstand, mens den konkrete begrænsning i § 3, stk. 2, kun vedrører annoncering. Reklamering omfatter alle markedsføringsforanstaltninger over for befolkningen, også standardiserede angivelser til enkelte personer, som selv har henvendt sig for yderligere oplysninger. Annoncering omfatter udelukkende uopfordrede angivelser over for befolkningen, f.eks. annoncer i aviser og blade, postomdelte brochurer (direct mail) eller andre markedsføringsforanstaltninger, som befolkningen uopfordret konfronteres med. Annoncering udgør således en afgrænset del af, hvad der er omfattet af reklamering.

Offentlige myndigheders information om sundhedsmæssig virksomhed er ikke omfattet af forordningen, fordi det offentlige information typisk ikke har markeds­mæssig eller konkurrencemæssig effekt. Der er således ikke tale om reklamering i forordningsforslagets forstand, men om neutral oplysning til borgerne.

Forordningsforslaget omfatter reklamering for sundhedsmæssig virksomhed, som udføres af eller på vegne af autoriserede eller ikke-autoriserede sundhedspersoner. I praksis vedrører reklameringen sygehuse og det offentlige sundhedsvæsens øvrige institutioner, private klinikker og privat praktiserende sundhedspersoner, jf. præciseringen heraf i § 1, stk. 1, 2. punktum.

Forordningsforslaget indeholder en indledende standardbestemmelse om, at reklamering for sundhedsmæssig virksomhed skal være "saglig, nøgtern og fyldestgørende". Hermed angives en grundnorm for, hvilke overordnede hensyn, der skal iagttages ved al reklamering for sundhedsydelser. For så vidt angår adgangen til at annoncere, angiver forslaget en række objektive og relativt entydige kriterier, som må anvendes i forbindelse med annoncering. Efter forslaget er der således adgang til udover annoncering med oplysninger som sundhedspersonens navn, virksomhedsnavn, adresse, telefon- og telefaxnummer, e-mail adresse, handicapforhold m.v., tillige at annoncere med undersøgelses- og behandlingsmetoder, ventetider og priser. Netop adgangen til også at annoncere med de 3 sidstnævnte forhold indebærer en udvidelse af reklameringsadgangen for en række sundhedsgrupper i forhold til de gældende regler.

Endelig angives i forordningsforslaget enkelte få undtagelser fra de konkrete annonceringsbestemmelser. Det er således foreslået, at faglige foreninger og organisationers generelle information til offentligheden om sundhedsmæssige forhold alene omfattes af bestemmelsen om, at reklameringen skal være saglig, nøgtern og fyldestgørende. Annoncering over for andet sundhedspersonale inden for samme virksomhedsområde får efter forslaget en tilsvarende adgang til videregående annoncering.

3. Høring af offentlige myndigheder og organisationer m.v.

Forordningsforslaget har været sendt til høring hos:

Landsstyrets Sekretariat, Lovkontoret, Økonomidirektoratet, Administrationsdirektoratet, Direktoratet for Sociale Anliggender og Arbejdsmarked, Direktoratet for Kultur, Uddannelse, Forskning og Kirke, Direktoratet for Erhverv, Direktoratet for Miljø og Natur, Embedslægeinstitutionen, Sundhedsudvalget, Samtlige sygehuse, Samtlige tandklinikker, KANUKOKA, Center for Sundhedsuddannelser, Frederiksberg Centeret, Psykolog Naja Lyberth Afd. A1 DIH, Grønlands Lægekredsförening, Grønlands Tandlægeförening, Peqqinnissaq Pillugu Kattufiit, Grønlands Optik, Synoptik, Borgerrådet i Pituffik, Rigsombudsmanden i Grønland, Justitsministeriet, Sundhedsministeriet, Sundhedsstyrelsen, Politimesteren i Grønland og Forbrugerrådet i Grønland.

Relevante høringsvar er indarbejdet i forordningsforslaget. Det skal fremhæves, at Landsstyrets Sekretariat, Lovkontoret, påpeger det u hensigtsmæssige i, at Psykolognævnets regelfastsættelser for reklamering kobles til grønlandsk lovgivning. Direktoratet har derfor besluttet, at fjerne denne bestemmelse. Dette betyder, at Psykolognævnet ikke bliver inddraget i Embedslægens tilsyn med reklamering, som de bliver efter den tilsvarende danske lovgivning.

4. Forordningsforslagets økonomiske og administrative konsekvenser

Forordningsforslaget vil ifølge § 1 stk. 5 og § 5 stk. 3 bebyrde Landsstyret (Direktoratet for Sundhed) med regeludstedelse og regelvedligeholdelse, og ifølge § 5 stk. 1 og 2 desuden medføre en vis styrkelse af Embedslægeinstitutionens løbende tilsyn med reklamering for sundhedsydelser. Embedslægeinstitutionen skal desuden komme med vejledende udtalelser. Direktoratet har anslået den samlede udgift til 0.1 AC-fuldmægtig årsværk.

Bemærkninger til forordningsforslagets enkelte bestemmelser

Til § 1

§ 1 beskriver forordningens anvendelsesområde og præciserer et område, som ikke er omfattet af forordningen.

I stk. 1 er angivet, at forordningen omfatter reklamering for sundhedsmæssig virksomhed, som udføres af eller på vegne af autoriserede eller ikke-autoriserede sundhedspersoner inden for sundhedsområdet. Sundhedsmæssig virksomhed er således en samlet betegnelse for den faglige virksomhed, som autoriserede sundhedspersoner kan udføre i medfør af deres autorisation eller som ikke-autoriserede sundhedspersoner inden for sundhedsområdet, f.eks. zoneterapeuter, har adgang til at udføre. Sundhedsydelser er i denne sammenhæng en samlet betegnelse for de sundhedsmæssige tilbud, dvs. ydelser i form af sygdomsbehandling og anden sundhedspleje, som alle disse sundhedspersoner inden for hver deres virksomhedsområde kan tilbyde. Forordningen omfatter ikke reklamering for produkter, som eksempelvis kosttilskud, lægemidler, naturlægemidler og medicinsk udstyr, der kan anvendes som led i sundhedsmæssig behandling. Reklamering for

disse midler skal ske efter de almindelige bestemmelser i landstingslov nr. 10 af 13. november 1986 om forbrugerråd, markedsføring, mærkning, priser og forbrugerklageudvalg, med senere ændringer

Reklamering for sundhedsydelser vil, hvadenten den foretages som led i privat eller offentlig virksomhed, være omfattet af forordningen. Der vil således gælde ensartede reklameringsregler for offentlige myndigheder, herunder sygehuse og det offentlige sundhedsvæsens øvrige institutioner, og privat praktiserende sundhedspersoner, jf. præciseringen heraf i § 1, stk. 1, 2. punktum.

Faglige foreninger og organisationers reklamering vil også være omfattet af loven, idet reklamering fra sådanne foreninger, organisationer og virksomheder i almindelighed foretages for virksomhed, som udøves af de i bestemmelsen nævnte sundhedspersoner. Det bemærkes, at undtagelsen i forordningens § 4, stk. 1, om disse foreningen m.v. kun omfatter information til offentligheden.

Reklamering omfatter alle markedsføringsforanstaltninger over for befolkningen, også standardiserede angivelser til enkelte personer, som selv har henvendt sig for yderligere oplysninger. Det afgørende for en vurdering af, om en given angivelse er at betragte som en markedsføringsforanstaltning og som sådan omfattet af forordningen, er ikke primært dens form og dens indhold, men dens afsender.

Det følger af stk. 2, at annoncering udelukkende omfatter uopfordrede angivelser over for befolkningen. Der kan i den forbindelse være tale om f.eks. annoncer i aviser og blade, postomdelte brochurer (direct mail) eller andre markedsføringsforanstaltninger, som befolkningen uopfordret konfronteres med. I denne sammenhæng udgør annoncering således en afgrænset del af, hvad der er omfattet af reklamering.

I stk. 3 er angivet, at forordningen ikke omfatter reklamering for salg af synshjælpemidler. Dette indebærer, at optikere (og eventuelt øjenlæger) i deres reklamering for optikervirksomhed i stedet må reklamere for salg af briller, kontaktlinser, læsebriller, solbriller med styrke m.v. efter de almindelige bestemmelser i landstingslov nr. 10 af 13. november 1986 om forbrugerråd, markedsføring, mærkning, priser og forbrugerklageudvalg, med senere ændringer, mens reklamering for sundhedsmæssige ydelser inden for optikervirksomheden, f.eks. tilbud om synsprøver, tilpasning af kontaktlinser m.v., skal ske efter reglerne i forordningsforslaget.

I stk. 4 fremhæves det, at forordningsforslaget ikke omfatter offentlige myndigheders information om sundhedsmæssig virksomhed. Det offentliges information har praktisk taget aldrig markeds-mæssig eller konkurrencemæssig hensigt eller effekt, og der er typisk tale om neutral oplysning til borgerne. Hvis en offentlig myndigheds information rent undtagelsesvis viser sig at være udformet således, at den har markeds-mæssig eller konkurrencemæssig effekt, vil denne information kunne have karakter af reklame, som vil være omfattet af forordningens bestemmelser.

Efter stk. 5 kan Landsstyret fastsætte bestemmelser om, at forordningen helt eller delvis skal gælde anden virksomhed end nævnt i stk. 1 og 3. Landsstyret får dermed bl.a. mulighed for i konkrete tilfælde at lade forordningens bestemmelser helt eller delvis gælde for konkrete myndigheder, institutioner eller sundhedsgruppers virksomhed eller afgrænsede dele af deres virksomhed. Det kan således ikke afvises, at enkelte myndigheder, institutioner eller sundhedspersoner, der efter stk. 1 som udgangspunkt ikke er omfattet af forordningen, på visse punkter udøver virksomhed, der kan sidestilles med reklamering for sundhedsmæssig virksomhed efter stk. 1.

Til § 2

Med bestemmelsen i § 2 fastsættes, at forordningen også omfatter reklamering i Grønland, som foretages med henblik på udøvelse af den pågældende sundhedsmæssige virksomhed uden for Grønland. Dermed er der i forhold til de gældende reklameregler i de respektive autorisationslove foretaget en nærmere præcisering af, hvilke regler der gælder for den såkaldte "grænseoverskridende reklame".

Med bestemmelsen i § 2 er det således sikret, at der gælder ensartede regler for sundhedsmæssig reklamering her i landet, uanset om reklamering foretages med henblik på udøvelse af den pågældende virksomhed i eller uden for Grønland.

Til § 3

I § 3 angives de indholdsmæssige vilkår for reklamering for sundhedsmæssig virksomhed. Disse omfatter en generel standardbestemmelse og en bestemmelse, der fastlægger nogle nærmere kriterier for annoncering.

Efter stk. 1 skal reklamering for sundhedsmæssig virksomhed være saglig, nøgtern og fyldestgørende. Bestemmelsen angiver en grundnorm for, hvilke hensyn, der skal iagttages ved reklamering for sundhedsydelser. Reklameringen skal således være saglig i relation til den faglige virksomhed, som præsenteres i reklamen, således forstået at reklameringens form og indhold skal have en faglig sammenhæng med og naturlig tilknytning til de sundhedsydelser, som der reklameres for, samtidig med at der skal være tale om korrekte og rigtige angivelser i forhold til ydelserne. Reklameringen skal derudover være nøgtern i sin fremstilling, dvs. at reklameringen skal være klar og afbalanceret i forhold til sit formål, således at den ikke er egnet til at give en vildledende eller overdreven opfattelse af den enkelte sundhedsperson eller dennes ydelser.

Spørgsmålet om saglig og nøgtern reklamering gælder ikke mindst i relation til reklameringsformen og i forhold til den måde, som de i § 3, stk. 2, angivne kriterier anvendes på. Det vil således være tilladt i reklameringen at anvende tegninger, billeder, symboler m.v., forudsat at disse kan siges på en saglig og nøgtern måde at indgå i den konkrete sammenhæng. Anvendte billeder, tegninger m.v. må således have en saglig og nøgtern tilknytning til reklameringens øvrige indhold, således at de ikke giver et vildledende eller overdrevent indtryk af de tilbudte sundhedsydelser.

Reklameringsen skal derudover være fyldestgørende, hvilket indebærer, at der inden for forordningens annonceringsbegrænsninger skal oplyses så fuldstændigt som muligt om de tilbudte ydelser. Det afgørende i denne sammenhæng er således, at også det uskrevne eller det uoplyste i reklameringsen kan være egnet til at vildlede befolkningen om karakteren af de enkelte ydelser.

Som anført i § 1, stk. 2, omfatter annoncering udelukkende uopfordrede angivelser over for befolkningen. § 3, stk. 2, indeholder de konkrete kriterier for annoncering for sundhedsmæssig virksomhed. Bestemmelsen indeholder en fuldstændig oprensning af de oplysninger, som må anvendes ved annoncering for sundhedsydelser. Der er i meget vid udstrækning tale om objektive og entydige kriterier, og der vil derfor ikke i annonceringen være mulighed for at anvende anprisninger eller subjektive tilkendegivelser om den enkelte sundhedsperson, behandlingsstedet eller de enkelte ydelser.

For hovedparten af de angivne kriterier, f.eks. navn, adresse, telefon- og telefaxnummer, træffetid, specialeanerkendelse m.v. gælder, at de er så objektive og entydige, at der ikke i almindelighed kan opstå tvivl om deres anvendelse. Det er imidlertid afgørende, at de angivne kriterier anvendes på en sådan måde, at der i relation til standardbestemmelsen er tale om en saglig, nøgtern og fyldestgørende reklamerings. F.eks. må reklamerings med virksomhedsnavn ikke gøre brug af anprisende eller i forhold til formålet usaglige virksomhedsnavne. Ligeledes gælder det for reklamerings, der angiver særlige handicapadgangsforhold, handicapindretning m.v., at de angivne oplysninger naturligvis skal være korrekte og nøgterne, således at handicappede patienter ikke vildledes ved valg af behandler.

For så vidt angår undersøgelses- og behandlingsmetoder, ventetider og prisangivelser udgør disse ikke helt så objektive og entydige kriterier, og i relation til de konkrete annonceringsbegrænsninger er det derfor særligt vigtigt på disse felter at præcisere, hvad der må betragtes som saglig, nøgtern og fyldestgørende reklamerings.

Vedrørende undersøgelses- og behandlingsmetoder vil kriteriet på de forskellige virksomhedsområder med rimelighed kunne anvendes forskelligt. Det er med forslaget tilsigtet, at der vedrørende undersøgelses- og behandlingsmetoder kun må annonceres med egentlige behandlinger eller behandlingsformer. Som eksempler på annoncerings, som efter forordningsforslaget vil være tilladt, kan nævnes kikkertundersøgelse, ultralydsscanning, meniskoperation, indsætning af kunstig hofte, diskusprolapsoperation, operation for grå stær, IVF-behandling, krone- og brobehandling, indsætning af tandprotese, zoneterapi samt andre lignende oplysninger, der henviser til en egentlig undersøgelse eller behandling.

Det vil imidlertid ikke efter forordningsforslaget være muligt at annoncere med f.eks. børnetandpleje, behandling for rygproblemer, behandling af sportsskader, behandling af muskel- og ledsygdomme eller lignende, da en sådan annoncerings ikke siger noget om selve undersøgelsen eller behandlingen og derfor nærmere vil være at betragte som annoncerings med særlige arbejdsområder eller interessefelter, hvilket efter forslaget ikke er tilladt. Den generelle standardbestemmelse giver netop her en

mulighed for at sikre, at kriteriet "undersøgelles- og behandlingsmetoder" anvendes sagligt og nøgternt på de enkelte områder.

Hvad angår annoncering med priser er det ligeledes afgørende, at det sker på en sådan måde, at patienten ikke vildledes med, hvad den angivne pris dækker.

Annoncering med ventetider skal indeholde en korrekt angivelse af ventetiden i relation til den enkelte undersøgelse, behandling m.v. Det er således afgørende, at patienter, der både skal vente på undersøgelse og efterfølgende behandling, får fyldestgørende oplysninger om ventetiden både samlet set og i relation til den enkelte undersøgelse, behandling m.v.

Som anført omfatter annoncering udelukkende uopfordrede angivelser over for befolkningen. For så vidt angår den reklamering, der ikke er omfattet af de konkrete annonceringsbegrænsninger i § 3, stk. 2, gælder, at denne reklamering naturligvis også skal være saglig, nøgtern og fyldestgørende, og som sådan derfor også skal leve op til ovennævnte betingelser for saglig, nøgtern og fyldestgørende reklamering med undersøgelses- og behandlingsmetoder, priser og ventetider. Den reklamering, der ikke er omfattet af begrænsningerne i § 3, stk. 2, kan f.eks. være angivelser fra en sundhedsperson, som en patient særligt har bedt om, bl.a. vedrørende indholdet af behandlingstilbuddet, f.eks. anvendt apparatur, faglige arbejds- og interesseområder samt særlige servicetilbud.

Den videregående adgang til at reklamere efter opfordring spænder således i praksis fra egentlig reklamering med supplerende behandlingsvilkår til den mere almindelige faglige information, som patienten i øvrigt har krav på efter de almindelige regler om informeret samtykke.

Til § 4

§ 4 indeholder undtagelser fra visse af forordningens bestemmelser. Undtagelserne vedrører faglige foreninger og organisationers generelle information til offentligheden om sundhedsmæssige forhold og annoncering over for andet sundhedspersonale inden for samme virksomhedsområde.

Efter stk. 1 er faglige foreninger og organisationers generelle information til offentligheden om sundhedsmæssige forhold undtaget de konkrete annonceringsbegrænsninger i forordningsforslaget. Disse organisationers generelle informationsvirksomhed er dermed ikke begrænset til kun at indeholde de i § 3, stk. 2, nævnte kriterier. Informationsvirksomheden vil dog skulle overholde den generelle bestemmelse om saglig, nøgtern og fyldestgørende reklamering.

Som udgangspunkt bør informationsvirksomheden have et generelt sundhedspolitisk sigte, og skal i sit indhold og sin form være saglig og nøgtern, således at informationen giver befolkningen et reelt indtryk af de sundhedsmæssige forhold, som præsenteres. Antager informationen karakter af egentlig annoncering for enkelte behandlere eller mindre grupper af behandlere, vil der mere være tale om

annoncering for sundhedsydelse, der som sådan også vil være omfattet af de konkrete annonceringsbegrænsninger.

Efter stk. 2 er den annoncering, som udelukkende sker over for sundhedspersonale inden for samme virksomhedsområde ikke omfattet af de konkrete annonceringsbegrænsninger i § 3, stk. 2. Annoncering i faglige tidsskrifter m.v. vil derfor kunne ske over for fagfæller, der arbejder inden for samme virksomhedsområde, uden at annonceringen er omfattet af de konkrete annonceringsbegrænsninger. Bestemmelsen svarer til den bestemmelse, der i dag gælder i en række autorisationslove, og bestemmelsen giver f.eks. tandlæger og andet tandplejepersonale adgang til at annoncere mere frit over for andet tandplejepersonale. Tilsvarende gælder det for de ikke-autoriserede sundhedsgrupper, at de inden for deres afgrænsede virksomhedsområder har adgang til at annoncere mere frit over for sundhedspersoner, således at f.eks. zoneterapeuter har mere fri adgang til i faglige tidsskrifter for zoneterapeuter at annoncere for deres virksomhed. Det afgørende er således ikke, hvorvidt offentligheden i forskellige situationer, f.eks. i venteværelser eller lignende, har mulighed for at se denne type annoncering, men mere om annoncering primært er rettet mod andre sundhedspersoner inden for samme virksomhedsområde.

Til § 5

Efter § 5 fører Embedslægeinstitutionen tilsyn med udøvelsen af reklamering efter forordningen. Som led i tilsynet med autoriserede og ikke-autoriserede sundhedspersoner inden for sundhedsvæsenet har Embedslægeinstitutionen den sundhedsfaglige kompetence og indsigt vedrørende de enkelte sundhedspersoners virksomhedsområde, hvilket giver Embedslægeinstitutionen de nødvendige faglige forudsætninger for i relation til forordningsforslagets bestemmelser at vurdere lovligheden af de enkelte sundhedspersoners reklameringsforanstaltninger. Tilsynet med reklamereglerne i de autorisationslove, der gælder i Grønland (lov om udøvelse af lægegerning, lov om tandlæger og lov om kliniske tandteknikere), er i forvejen tillagt Embedslægeinstitutionen.

Efter stk. 2 kan Embedslægeinstitutionen komme med vejledende udtalelser omkring en konkret sag om overtrædelse af reglerne, eller Embedslægeinstitutionen kan søge iværksat sanktioner efter § 6, stk. 1. Baggrunden for bestemmelsen om, at Embedslægeinstitutionen i relation til konkrete sager kan give udtryk for sin opfattelse af sagen, er, at Embedslægeinstitutionen derved får mulighed for at udtale sig om konkrete sager for derigennem af bringe en eventuel ulovlig reklamering til ophør, bl.a. i tilfælde hvor reklameringsadgangen har været vanskelig at afgrænse. Herved kan etableres en fast praksis for saglig, nøgtern og fyldestgørende reklamering på de enkelte virksomhedsområder, uden at man nødvendigvis behøver at bringe alle sager videre til domstolene.

Efter stk. 3. kan Landsstyret fastsætte nærmere regler for reklameringsadgang efter bestemmelserne i forordningen.

Til § 6

Efter stk. 1 kan der for overtrædelse af forordningens bestemmelse i § 3 idømmes bøde.

Stk. 2 angiver, at der i forskrifter, der udfærdiges i medfør af forordningen, kan fastsættes sanktion af bøde for overtrædelse af bestemmelser i forskrifterne.

Stk. 3 er en standardbestemmelse, som sikrer, at også selskaber m.v. (juridiske personer) kan idømmes bøde, såfremt de overtræder forordningens bestemmelser. Med bestemmelsen sikres, at også reklamering, som foretages af andre end de enkelte sundhedspersoner, vil kunne idømmes bøde for overtrædelse af bestemmelserne i forordningen.

Til § 7

Landstingsforordningen foreslås at træde i kraft den 1. august 2001.

Efter stk. 2-4 ophæves samtidig de gældende reklameringsbestemmelser i de respektive autorisationslove. Dette gælder også den særlige regel i § 26, stk. 2, i anordning nr. 860 af 18. december 1991 for Grønland om ikraftsættelse af lov om udøvelse af lægegerning, der indeholder en reklameringsregulering for de ikke-autoriserede sundhedsgrupper.