

Regionkontoret, RF- och RS-sekretariat
Christina Ersson
Epost: christina.ersson@regionvastmanland.se
Telefon: +4621175740

TJÄNSTESKRIVELSE RIKTLINJER FÖR MARKNADSFÖRING AV HÄLSO-OCH SJUKVÅRD

Förslag till beslut

1. SKR:s rekommendation om riktlinjer för marknadsföring av hälso- och sjukvård antas. Riktlinjerna ska tillämpas vid all upphandling av vård eller där vård utförs på uppdrag av Region Västmanland på annat sätt, som vid vårdval.

Ärendet i korthet

Regionstyrelsen avhandlade en skrivelse från SKR med rekommendation att anta riktlinjer om marknadsföring av hälso- och sjukvård som ett anmälningsärende den 28 januari 2020 ("Meddelande från styrelsen för Sveriges Kommuner och Regioner nr 17/2019, Marknadsföring av hälso- och sjukvård, RV192049"). Det naturliga nästa steget skulle vara att regionstyrelsen därefter beslutade att anta SKR:s rekommendation om riktlinjer, men så skedde inte eftersom pandemin gjorde att fokus riktades mot att hantera pandemins konsekvenser. Det finns dock ett behov av tydliga riktlinjer för marknadsföring av hälso- och sjukvård som reglerar vad avtalsparter får göra och inte göra, både utifrån ett etiskt perspektiv och för en enhetlig och konsekvent hantering från regionens sida, oaktat leverantör.

Detaljerad beskrivning av ärendet

Regionstyrelsen hade uppe skrivelsen som ett anmälningsärende den 28 januari 2020. (Meddelande från styrelsen för Sveriges Kommuner och Regioner nr 17/2019, Marknadsföring av hälso- och sjukvård, RV192049). Beslutet blev att ärendet lades till handlingarna. Riktlinjerna skulle sedan omvandlas till regionens riktlinjer för marknadsföring av hälso och sjukvård och arbetas in i exempelvis "Regelbok för vårdval Vårdcentral" och användas i avtalsskrivningar med privata utförare inom samtliga vårdverksamheter. Det nödvändiga beslutet i regionstyrelsens samt implementeringen av beslutade riktlinjer genomfördes inte då regionens intensiva arbete med pandemin gjorde att det inte var prioriterat. Efter pandemin har behovet av att anta SKR:s rekommendation åter lyfts, för att regionen ska kunna tillämpa dessa vid avtalsskrivningar samt uppföljning av dessa.

Syftet med riktlinjerna är att skapa tydliga villkor för marknadsföring av hälso- och sjukvård och bidra till att invånare får god och relevant information om de tjänster som erbjuds inom offentligfinansierad hälso- och sjukvård. En marknadsföring som är tydlig, informativ, baserad på fakta och som bygger på gemensamma principer kan även bidra till att underlätta invånarens val samt upprätthålla ett högt förtroende för svensk hälso- och sjukvård.

Verksamhetsmässiga och ekonomiska konsekvenser

Verksamhetsmässiga konsekvenser

Tydliga riktlinjer för marknadsföring underlättar för upphandlande verksamheterna att säkra villkor som ligger i linjen med marknadsföringslagen och SKR:s

rekommendationer för marknadsföring samt för upphandlade parter att veta vilka ramar som gäller för marknadsföring.

Juridiska konsekvenser

Det är positivt att ha ett regelverk i botten för regionens kravställan på avtalsparter, som medför likabehandling. Även om grundläggande bestämmelser om marknadsföring finns i Marknadsföringslagen, finns samtidigt ett behov av att komplettera och förtydliga detta utifrån de förhållanden som gäller i hälso- och sjukvården, där exempelvis de etiska avvägningarna är särskilt viktiga.

Administrativa konsekvenser

Riktlinjerna inarbetas i avtal som sluts med vårdleverantörer och följs upp inom ramen för befintliga uppföljningar.

Ekonomiska konsekvenser

Riktlinjerna ska värna principerna om en god vård som ges efter behov, är kostnadseffektiv och som systematiskt kvalitetssäkras och utvecklas. Den ska motverka att leverantörer uppmuntrar till vård som inte är medicinskt motiverad.

Hållbarhet

Miljöperspektiv

Ärendet bedöms inte medföra några miljökonsekvenser.

Barnrättsperspektiv

Riktlinjerna har ett särskilt fokus på marknadsföring gentemot barn. Vårdgivare får inte rikta sin marknadsföring till barn och ungdomar under 18 år. Vårdgivares marknadsföring får inte tillgängliggöras inför eller i program i radio, tv eller på webbsidor på internet som vänder sig till barn och ungdomar, eller vars besökare till stor andel består av barn och ungdomar.

Invånarperspektiv

Syftet är att skapa tydliga villkor för marknadsföring av hälso- och sjukvård och bidra till att invånare får god och relevant information om de tjänster som erbjuds inom offentligfinansierad hälso- och sjukvård. En marknadsföring som är tydlig, informativ, baserad på fakta och som bygger på gemensamma principer kan även bidra till att underlätta invånares val samt upprätthålla ett högt förtroende för svensk hälso- och sjukvård.

Uppföljning

Uppföljning sker inom ramen för ordinarie uppföljning av leverantörer.