



Markedsføring av fysioterapivirksomhet

SAMMENDRAG

Oversikt over regler som gjelder for markedsføring av fysioterapivirksomhet, og forskjellige former for markedsføring.

Markedsføring av helsetjenester

Markedsføring er et lovlig virkemiddel for å informere om tilbudet i praksisen din. Det handler blant annet om å fortelle mulige pasienter at du finnes, hva du tilbyr, og hvor du holder til.

Særlig for nyetablerte kan markedsføring være viktig for tilgang til pasienter. Men også for etablerte kan dette være aktuelt. For eksempel ved endring av adresse eller tilbud.

Forsvarlig, nøktern og saklig

Markedsføring av helse- og omsorgstjenester skal være forsvarlig, nøktern og saklig, jf. [helsepersonelloven](#) § 13. «Forsvarlig» viser til den strenge forsvarlighetsnormen som alltid gjelder for helsepersonells yrkesutøvelse jf. helsepersonelloven § 4. Enkelt sagt kan du formidle hva du kan og hva du gjør, men du kan ikke love hvilke resultater behandling skal føre til. Det er forskjell på å formidle hvilke symptomer du behandler, og hvilket resultat behandlingen fører til. Det stilles dermed strengere krav til markedsføring av helsetjenester enn til annen markedsføring.

Det generelle kravet til markedsføring kalles god markedsføringsskikk jf. [markedsføringsloven](#) § 2. God markedsføringsskikk innebærer at markedsføringen ikke krenker allmenne etikk- og moraloppfatninger, tar i bruk støtende eller påtrengende virkemidler, eller er i strid med likeverdet mellom kjønnene.

En fysioterapeuts markedsføring kan trygt oppgi hvilken utdanning, erfaring og kompetanse du har. Men du kan ikke gi lovnader eller forhåpninger om å oppnå bestemte resultater. Dersom markedsføringen din påvirker pasientene til å ta valg de ellers ikke ville tatt, kan det være brudd på både markedsføringsloven, helsepersonelloven og lov om alternativ behandling av sykdom.

Bransjenorm

NFFs yrkesetiske retningslinjer er en bransjenorm for fysioterapeuter som er gjeldende for alle medlemmer, og som helsemyndighetene legger til grunn som en standard når de vurderer fysioterapeuters profesjonsutøvelse. Retningslinjene har også regler om markedsføring i punkt 7, blant annet:

7.1 Fysioterapeuten markedsfører sin virksomhet korrekt, informativt, forsvarlig, nøkternt og saklig.

7.2 En fysioterapeuts reklame må ikke inneholde noe som er ulovlig, villedende eller illojalt overfor kolleger.

Informasjon om pris

Alle fysioterapeuter skal informere om hva behandlingen koster når behandlingen starter jf. NFFs yrkesetiske retningslinjer punkt 6.4.

Fysioterapeuter med avtalehjemmel plikter å ha oppslag med oversikt over takstene og egenandelene pasienten skal betale. Fysioterapeuten skal også gjøre oppmerksom på eventuell pasientbetaling som faller utenfor frikort-ordningen. Pasienten skal forstå at denne betalingen ikke medregnes i utgifter som teller med for å oppnå frikort. Pasientbetalingen er regulert i kapittel 3 Egenandeler og pasientbetaling i [stønadsforskriften \(lenke til Lovdata\)](#).

Bruk av bilder

Bilder du bruker i markedsføring er omfattet av opphavsrett. Du må alltid ha tillatelse fra fotografen for å bruke bilder du ikke har tatt selv jf. [åndsverksloven](#) § 23. Selv om du finner bilder på nettet når du søker

etter gratis bilder, må du sørge for å ha tillatelse til bruk. Dersom du ikke innhenter tillatelse, risikerer du å få krav om betaling for bruken i ettertid. Bilder og illustrasjoner kan også være åndsverk, som har tilsvarende opphavsrettsvern etter åndsverksloven. Du kan kjøpe bilder med brukslisens fra forskjellige bildebyråer som du kan finne på nettet.

Ulike måter å markedsføre seg på

Kommunens nettsider

Kommunen skal synliggjøre fysioterapeuter med avtalehjemmel på nettsidene sine. Dette er gratis markedsføring. Informasjonen skal inneholde hvilket fysioterapitilbud som finnes, hvilke fysioterapeuter som har avtalehjemmel, hvor de er lokalisert, og hvilken kompetanse de har. Noen kommuner har også med fysioterapeuter uten avtalehjemmel i oversikten på nettsidene.

Kommunens plikt til å markedsføre fysioterapeuter med avtalehjemmel følger av forskrift om funksjons- og kvalitetskrav for fysioterapeuter med kommunal driftsavtale § 4 og ASA 4313 punkt 5.3. Ta kontakt med kommunen hvis du ikke er med i oversikten på kommunens nettside. Husk å melde fra om ny kontaktinformasjon eller endret spesialisering. Dette er god og gratis markedsføring rettet mot pasienter, fastleger og andre som søker informasjon om seriøse behandlingstilbud.

Egne nettsider, skilt og plakater

Pasienter søker ofte etter det behandler på nettet. En god nettside kan være avgjørende for valg av fysioterapeut. Skilt på fasaden utenfor klinikken og annen synliggjøring i og utenfor lokalene og i nærmiljøet kan påvirke pasientens valg.

I markedsføringen av virksomheten din bør du være bevisst på hvordan du fremstiller deg: Fremstår du som profesjonell, og som et trygt og godt valg for pasienten? Tittelen MNFF (Medlem av Norsk Fysioterapeutforbund) sammen med NFFs logo er et kvalitetstegn i denne sammenhengen. NFFs logo kan lastes ned fra NFFs nettsider. Farge og form skal ikke endres.

Flyers og brosjyrer

Flyers og brosjyrer kan være både en rimelig og effektiv måte synliggjøre praksisen din i nærområdet. Det er tillatt å dele ut reklame i postkasser, så lenge mottaker ikke har reservert seg mot uadressert reklame, for eksempel ved å merke postkassen. Hvis du vil sende ut adressert reklame må du undersøke om personen har reservert seg mot markedsføring i Brønnøysundregistrene (Reservasjonsregisteret), jf. markedsføringsloven § 12.

Telefonsalg

I utgangspunktet er det tillatt å ringe rundt å markedsføre sin virksomhet. Dette gjelder både til privatpersoner og virksomheter. Men det er ikke tillatt overfor den som har reservert seg mot telefonsalg. Før du ringer må du undersøke om vedkommende har reservert seg mot markedsføring i Reservasjonsregisteret.

E-post-markedsføring

E-post kan være effektivt, og det kan være fristende å sende e-post til alle man kjenner eller har e-postadressen til. Men det er ikke tillatt å sende såkalt adressert e-post til alle og enhver. Det er forbudt å sende markedsføring til personlige e-poster, også de man bruker på jobben. Det er derimot tillatt å sende e-post til bedrifter dersom man sender til firma-adressen. De er ofte utformet slik: post@..., kontakt@... eller lignende.

Du kan sende e-post til dem du har et kundeforhold til. Unngå å sende e-post til pasienter som ikke har vært hos deg det siste året. Du må veie markedsføringsbehovet ditt opp mot helsepersonelloven § 6 som gir helsepersonell plikt til å unngå å påføre pasienten, trygden eller andre unødige kostnader.

Husk at du ikke kan sende e-post som avslører at det foreligger et pasientforhold til eksisterende eller tidligere pasienter. Det ivaretar ikke kravene til informasjonssikkerhet og er dermed i strid med taushetsplikten.

Alternativ behandling

Hvis du kombinerer praksisen som fysioterapeut med alternativ behandling må du i annonsering skille mellom fysioterapitilbud og andre tilbud. Ved alternativ behandling er det, på samme måte som for

fysioterapi, bare tillatt å gi nøktern og saklig beskrivelse av virksomhetens art, ikke gi uttrykk for resultater av behandlingen jf. alternativ behandlingsloven § 8. Dette følger også av NFFs yrkesetiske retningslinjer punkt 7.3:

Fysioterapiinstitutter/fysioterapeuten må i sin annonsering skille mellom fysioterapitilbud og andre tilbud.

Fysioterapeuter som ønsker å drive med alternativ behandling i tillegg til fysioterapivirksomhet, anbefales å organisere dette helt og fullt som en egen virksomhet med egen logo og eget navn, utenfor arbeidstiden til fysioterapivirksomheten, og uten at det knyttes forbindelser til at man er utdannet fysioterapeut eller innehar en spesialisering. NFF fraråder medlemmer å tilby alternativ behandling i sammenheng med fysioterapivirksomheten.