

STATENS HELSETILSYN  
Postboks 231 Skøyen  
0213 OSLO

Deres ref.:  
Vår ref.: 23/19484-2  
Saksbehandler: Eva Elander Solli  
Dato: 09.06.2023

## **Ber om skriftlig tolkningsuttalelse - bruken av etterbilder av kosmetiske inngrep**

Helsedirektoratet viser til e-post 23. mai 2023 der Helsetilsynet i forbindelse med en tilsynsaksjon mot markedsføring av kosmetiske inngrep, ber om en skriftlig tolkningsuttalelse til [forskrift om markedsføring av kosmetiske inngrep](#) § 5.

### **Bakgrunn**

Helsetilsynet har i forhåndsvarsel om vedtak til klinikker som tilbyr kosmetiske inngrep, kommet til at forskrift om markedsføring av kosmetiske inngrep § 5 om forbud mot pre- og postoperative bilder (heretter før- og etterbilder), også gjelder markedsføring med kun etterbilder. Helsetilsynet har vist til formålet i forskriften § 1 og det generelle kravet i helsepersonelloven § 13 om at markedsføring av helse- og omsorgstjenester skal være forsvarlig, nøktern og saklig.

Helsetilsynet begrunner sin forståelse med at ordlyden i § 5 ikke utelukker at forbudet også omfatter kun etterbilder. Helsetilsynet viser videre til merknadene til forskriften § 5 og formålet med bestemmelsen, og legger vekt på at hensikten med forbudet er å forby bilder som viser resultater av inngrepene. Videre vurderer Helsetilsynet at et etterbilde vil kunne gi et urealistisk og ikke dekkende bilde av et forventet resultat når utgangspunktet før behandlingen ikke er vist.

Helsetilsynet viser i sin begrunnelse til at ettersom formålet er at markedsføringen skal være «forsvarlig, nøktern og saklig», ville det virke mot sin hensikt dersom det var tillatt å markedsføre med etterbilder. Etterbilder alene vil kunne være villedende når man ikke ser forskjellen fra før behandlingen. Man kan få inntrykk av at personer som nesten ikke har gjort inngrep av betydning, har fått svært vellykkede og naturlige resultater, mens vedkommendes utgangspunkt egentlig var svært likt resultatet. På den andre siden kan etterbilder alene, når man ikke ser forskjellen fra før behandlingen, gi inntrykk av at personen har gjennomgått mindre inngrep, mens realiteten kan være at vedkommende har gjennomgått svært omfattende inngrep, og så svært annerledes ut før behandlingen. I lys av dette mener Helsetilsynet at bruk av kun etterbilder kan gi pasienter/kunder villedende informasjon, og at slik markedsføring ikke vil være forsvarlig, nøktern og saklig, jf. helsepersonelloven § 13 og forskriften § 1.

### **Helsedirektoratet**

Avdeling helserett og bioteknologi  
Eva Elander Solli

Postboks 220 Skøyen, 0213 OSLO • Besøksadresse: Vitaminveien 4, Oslo • Tlf.: (+47) 47 47 20 20  
Org.nr.: 983 544 622 • postmottak@helsedir.no • www.helsedirektoratet.no

Blant annet på bakgrunn av klinikkens merknader til denne forståelsen av forskriften, har Helsetilsynet bedt om en skriftlig tolkningsuttalelse fra Helsedirektoratet om bruk av kun etterbilder i markedsføringen er forbudt etter forskriften § 5, jf. forskriften § 1 og helsepersonelloven § 13.

### **Helsedirektoratets vurdering**

Det framgår av forskrift om markedsføring av kosmetiske inngrep § 5:

*Markedsføring av kosmetiske inngrep skal ikke inneholde pre- og postoperative bilder.*

Av merknadene til § 5 framgår:

*Med pre- og postoperative bilder menes bilder av personer som viser deres utseende før- og etter et kosmetiske inngrep, og på den måten viser resultatet av et kosmetisk inngrep. Forbudet innebærer at det for eksempel ikke kan brukes bilder som viser en person før og etter en fettsuging eller brystimplantatoperasjon. Bestemmelsen er imidlertid ikke til hinder for at det benyttes slike bilder under konsultasjon mellom helsepersonellet og potensiell kunde/pasienten. I denne sammenhengen kan bilder som viser forventet operasjonsresultat være hensiktsmessig informasjon i henhold til helsepersonelloven § 10.*

Helsedirektoratet har kommet til at forbudet i forskriften § 5 omfatter før- og etterbilder i kombinasjon, og at markedsføring med kun etterbilder ikke rammes av bestemmelsen.

Vi har lagt vekt på at en alminnelig språklig forståelse av ordlyden i § 5 tilsier at det er kombinasjonen av før- og etterbilder som rammes. Vi viser til at pre- og postoperative bilder bindes sammen med en bindestrek, i tillegg til bruk av ordet "og". Merknadene til § 5 støtter denne forståelsen. Det framgår av merknadene at *Med pre- og postoperative bilder menes bilder av personer som viser deres utseende før- og etter et kosmetiske inngrep, og på den måten viser resultatet av et kosmetisk inngrep. Forbudet innebærer at det for eksempel ikke kan brukes bilder som viser en person før og etter en fettsuging eller brystimplantatoperasjon.* Det framgår at det avgjørende er at bildene skal vise utseendet både før og etter inngrepet, og at bildene "på den måten" viser resultatet av inngrepet. "Resultatet" det siktes til i merknadene er etter vår vurdering den endringen av pasientens utseende som bilder før og etter inngrepet viser. Forandringen vises ved å sammenligne bildene.

Vi har videre lagt vekt på at et generelt forbud mot etterbilder i realiteten vil innebære et forbud mot bruk av bilder i markedsføringen, og vil være et omfattende inngrep i klinikkens markedsføring av sine tjenester. Vi viser i den forbindelse også til [Prop. 221 L \(2020–2021\)](#) pkt. 9.4.4.3, der det ble konkludert med at det ikke var grunnlag for et generelt forbud mot markedsføring. Det ble vist til kravene i helsepersonelloven § 13 og de foreslåtte endringene i markedsføringsloven §§ 2 og 21 mv. som uansett ville innebære innskjerper når det gjelder retusjert eller manipulert reklame.

Hensynet til forutberegnelighet for klinikkene tilsier videre at en forståelse i tråd med ordlyden i § 5 legges til grunn. Dette er særlig viktig på legalitetsprinsippets område som her. Når bruk av før- og etterbilder er særskilt regulert i forskriften § 5, vil hensynet til forutberegnelighet for klinikkene tilsa at markedsføring med bruk av kun etterbilder ikke kan forbys med hjemmel i § 5, jf. § 1 og helsepersonelloven § 13.

Vi vil til slutt bemerke at markedsføring med kun etterbilder etter en konkret vurdering vil kunne rammes av forskriften § 4, jf. helsepersonelloven § 13. Vi viser til merknadene til § 4 der det framgår at *også bruk av illustrasjoner eller bilder som er egnet til å virke støtende eller krenkende eller som bevisst spiller på folks lyter eller fordommer mot normale kroppsvariasjoner, kan være i strid med denne bestemmelsen. En illustrasjon av en kropp der det for eksempel er satt inn stiplede linjer for å vise hvordan kroppen vil se ut etter at det er foretatt kosmetisk kirurgi, vil kunne være i strid med bestemmelsen.*

Vi viser også til § 4 andre ledd som sier at markedsføringen ikke skal utformes slik at den kan oppfattes av barn under 18 år å være rettet mot deres aldersgruppe, og at markedsføringen heller ikke skal utformes på en måte som bidrar til kroppspress hos barn.

Markedsføring med etterbilder vil også etter en konkret helhetsvurdering av markedsføringen kunne rammes av helsepersonelloven § 13. Vi viser til Helsedirektoratets kommentarer til bestemmelsen der det framgår at i vurderingen av hva som er villedende, skal det blant annet legges vekt på om markedsføringen kan bidra til å utnytte befolkningens mangelfulle kunnskap, eksempelvis om det er et misforhold mellom tilbudet slik det framgår av markedsføringen, påregnelig resultat og eventuelle uheldige skader eller bivirkninger. For øvrig vil markedsføringslovens krav gjelde som et supplement til helsepersonelloven § 13 og forskriften, jf. merknadene til forskriften § 9.

### **Konklusjon**

Forskrift om markedsføring av kosmetiske inngrep § 5 rammer markedsføring med før- og etterbilder i kombinasjon. Forskriften § 5 fastsetter ikke et forbud mot markedsføring med kun etterbilder.

Vennlig hilsen

Wenche Dahl Elde e.f.  
avdelingsdirektør

Eva Elander Solli  
seniorrådgiver

*Dokumentet er godkjent elektronisk*