

# Reklam eller riktig tidning

## - om FamiljeTidningen och Liv & Hälsa

**Hjärtinfarkt, dåligt minne reumatism, barnlöshet. Allt fixar sig med naturmedel och kosttillskott. Det här budskapet sprids i ett par tidningar som på ytan ser ut som journalistiska produkter, men som till största delen är ren reklam. Frilansjournalisten Charlotta Sjöstedt har kikat bakom ytan.**

Familjetidningen Fritid & Hälsa heter den ena tidningen och den andra heter Liv & Hälsa. Båda gick ut till samtliga hushåll i Sverige i början av året. Kanske har du kastat en hastig blick i någon av dem innan de fått fladdra ner i kassen med gamla tidningar. Många av artiklarna är skrivna enligt formeln: Person X har blivit fri från krämpen Y efter att ha tagit preparatet Z. Hon eller han har blivit pigg och alert och allt är bara solsken. Rynkorna har slätats ut, värken försvunnit, kilona ramlat av.

I Familjetidningen påstås att C-vitamin kan bota barnlöshet. Den kanske mest uppseendeväckande artikeln har rubriken "Selen kompenserar osunda levnadsvanor". En bild visar ett paket selentabletter brevid ett askfat med fimpär.

- Rent skojeri. Det är väldigt farligt och fullständigt ogrundat att påstå något sånt, säger docent Karl Swedberg, chef för hjärtsektionen på Östra sjukhuset i Göteborg.

Han anser också att tidningen ger missvisande information om coenzym Q10 eller ubiqlinon. Tidningen skriver att varje recept på hjärtmedicin borde

innehålla en rekommendation på Q10-tillskott för att ge patienten chans till förbättring.

- Det finns vissa indikationer på att det kan ha en marginell effekt att ge Q10 vid en del hjärtsjukdomar, men då ska det vara i mycket högre doser än det här kosttillskottet, säger Karl Swedberg.

Polisen Bertil Fredriksson är en av dem som berättat för Familjetidningen hur frisk han blivit sen han började äta Q10. Han har haft två hjärtinfarkter, och preparatet Bio-Qinon som innehåller Q10 är "kanonpillret som satt jättefart på energin" för Bertil Fredriksson. Han äter också Bio-Marin som innehåller fiskolja och det har enligt Familjetidningen kraftigt sänkt kolesterolhalten i hans blod. I artikeln står inte att Bertil Fredriksson också har lagt om kosten totalt.

- Jag har fått lära mig äta grönsaker, säger Bertil Fredriksson när jag söker upp honom.

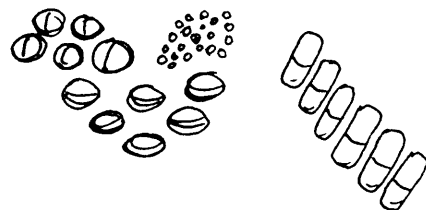
Men han anser att det Familjetidningen skriver är korrekt. I samband med intervjun fick han en årsförbrukning av de båda preparaten.

En som som däremot inte anser att artikeln om henne är korrekt i alla delar är Gina Jäghammar. Det är riktigt att hon har blivit friskare och piggare, men hon gick inte ner tio kilo sen hon började äta Bio-Qinon och Bio-Antioxidant, ett annat preparat från samma tillverkare. Kilona hade hon gjort sig av med tidigare. Också Gina Jäghammar fick en årsförbrukning.

Ett annat preparat som Familjetidningen propagerar för är Glandin 25, ett kosttillskott med den fleromättade fettsyran gammalinolen. Det kan användas vid behandling av astma och allergi och det har en lugnande effekt på barn med diagnosen MBD, Minimal Brain Dysfunction, påstår Familjetidningen.

Frågan infinner sig, är det tillåtet att skriva så här? Ja, det beror på om tidningen ska betraktas som en journalistisk produkt som bedöms enligt tryckfrihetsförordningen eller om det är reklam som bedöms enligt marknadsföringslagen.

Tryckfrihetsförordningen ger mycket större frihet än marknadsföringslagen i det här fallet. Men konsumentverket anser att Familjetidningen är reklam och det är inte tillåtet att utforma reklam så att det liknar vanliga tidningsartiklar. Det är inte heller tillåtet att i reklam rekommendera naturmedel mot andra åkommor än de som lämpar sig för egenvård. När det gäller kosttillskott får man inte nämna några medicinska effekter alls.



Alla de naturmedel och kosttillskott som omskrivits i översvallande ordalag i Familjetidningen kommer från ett och samma företag, nämligen Pharma-Hus. På deras förfackningar finns talonger där konsumenten kan berätta om sina upplevelser av att ta preparatet. Flera av de intervjuade personerna kom i kontakt med Familjetidningen efter att ha skickat talongen till Pharma-Hus.

Familjetidningen är på 20 sidor och tryckt i färg. Att skicka ut den gratis till alla hushåll i Sverige har naturligtvis kostat en nått summa. Pharma-Hus uppger att de inte har betalat Kiolo förlag, som ger ut Familjetidningen, ett öre för detta. Men deras försäljning har ökat sen tidningen kom ut. Distributionen av tidningen har enligt uppgift från Posten beställts och betalats av Pharma-Hus.

Maria Kiolo heter innehavaren av Förlaget Kiolo AB. När förlaget registrerades i juli 1992 angavs att det skulle syssla med "marknadsföring av hälsokostprodukter". Men Maria Kiolo menar att Familjetidningen är en journalistisk produkt som ska bedömas enligt tryckfrihetsförordningen. Hon säger att hon är självlärd journalist. Hon anser sig ha rätt att skriva om människor som tar naturmedel även för att bota allvarliga sjukdomar.

- Det är ju ingen som påstår att miraklet är fullbordat, utan det är ju deras personliga upplevelser. Jag vet inte varför man pekar ut det som reklam om folk talar om sina personliga upplevelser.

Men Maria Kiolo medger att ordvalet "Selen kompenserar osunda levnadsvanor" inte är det bästa och att

det är missvisande att inte tala om att Bertil Fredriksson lagt om kosten. Att Gina Jägghammar gått ner tio kilo innan hon började med Bio-Qinon och Bio-Antioxidant kommenterar Maria Kiolo så här:

- Det är ju rätt lustigt hur folk ändrar sina uppgifter i så fall.

Hon säger att hon inte har fått någon som helst betalning från Pharma-Hus för att göra tidningen. Men det är Pharma-Hus som betalar när intervjupersonerna får en årsförbrukning av ett preparat. Hon gör tidningen på eget initiativ och det är meningen att den ska finansieras med annonser. Första numret innehåller två stycken. (Om man nu inte betraktar artiklarna om Pharma-Hus produkter som annonser.)

- Första numret var inte så lyckat, så där åkte jag på en ordentlig kostnad, säger Maria Kiolo.

Men hur kan det komma sig att alla preparat som skrivs om i tidningen kommer från ett och samma företag?

- Det var väldigt svårt att få material till tidningen eftersom den är ny, säger Maria Kiolo.



Marknadsdomstolen har förbjudit Pharma-Hus och förlaget Kiolo att utforma reklam såsom den i Familjetidningen. Upprepas det måste de betala en halv miljon kronor var i böter.

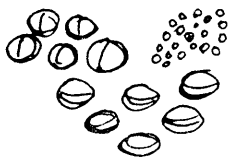
Liv & Hälsa skiljer sig från Familjetidningen på det viset att artiklarna handlar om preparat från flera olika företag. I tidningen finns även vanliga annonser för just de preparat som artiklarna handlar om. Också i Liv & Hälsa är alla omdömen om preparaten helt översvallande. De intervjuade personerna sprudlar av lycka över att ha blivit av med sin övervikt eller sin reumatiska värk. De har fått orken tillbaka, har inte varit förkylda på tio år och så vidare.

En av dem som intervjuas är reumatolog Bo Ringertz. Han citeras i början av artikeln på följande sätt: "C-vitamin är ingen nyhet inom reumatikervård. Den är bra för att fånga upp syreradikaler och minska smärta." Bo Ringertz säger att han aldrig har sagt detta. Journalisten som intervjuat honom, Britt Dahlberg säger att det inte är hon som har skrivit inledningen på artikeln. Den är ett tillägg som hon inte tar på sig ansvaret för.

På ett annat ställe i tidningen berättas att farmakognostiska institutionen vid universitetet i Uppsala utbildar personal i hälsokostaffärer. Kursen gör deltagarna till auktoriserade hälorådgivare, står det. Studierektorn på farmakognostiska institutionen, Jan Bruhn har invändningar mot innehållet i notisen.

- Det är en misstolkning. Det här är ett sätt att snylta lite på universitetets renommé.

Sanningen är att det är Hälokostrådet, en branschorganisation som auktoriserar hälsorådgivare, som köper



vissa delar av sin utbildning av universitetet.

Liv & Hälsa görs av Globe Media AB och mannen bakom det heter Sören Sehlberg. Han säger att om notisen blivit missvisande beror det på hans otillräckliga kunskap.

Sören Sehlberg anser att tidningen är tryckfrihetsskyddad.

- Syftet med den här tidningen är att informera svenskarna om fördelar med naturmedel och då måste man skriva om olika produkter. Vi har ju pressfrihet, säger Sören Sehlberg.

Åke Färnlöf är ordförande i branschorganisationen Hälsokostrådet. Han betraktar både Familjetidningen och Liv & Hälsa som reklamskrifter.

Man anger att detta är periodiska tidskrifter, utgivna av fristående förlag, men det är klart att de bekostas av dem som har produkterna. Förlag kan ju inte ge ut gratistidningar till alla svenska hushåll, säger Åke Färnlöf. Och han har branschens egen bedömningsnämnd bakom sig. Detta är annonstidningar. Hälsokostbranschens leverantörsförening har beslutat införa böter för annonser som fälls i bedömningsnämnden. Detta just för att få stopp på tidningar som Familjetidningen och Liv & Hälsa. Det ses som illojal konkurrens när någon försöker profitera på pressfriheten på det här sättet. Det kommer att bli böter som verkligen är kännbara.

Charlotta Sjöstedt/Reflex Reportage

Artikeln har tidigare varit publicerad i Svensk Farmaceutisk Tidskrift.

