

Wie bewerbe ich meine Apothekenprodukte richtig?

Bei der Bewerbung ihrer Produkte haben Apotheker:innen eine Reihe von Regeln zu befolgen. Hier ein kurzer Überblick, was die wichtigsten Punkte sind, die beachtet werden sollen.

Im Gegensatz zu den meisten anderen Berufsgruppen haben Apotheker:innen neben allgemeinen Werbebeschränkungen eine beachtliche Liste an eigenen Standesregeln bei der Bewerbung ihrer Produkte zu beachten. Hinzu kommt, dass insbesondere für apothekenübliche Waren, je nachdem zu welcher Produktgruppe sie gehören, weitere gesondert reglementierte Werbebestimmungen einzuhalten sind. Im Folgenden soll ein Überblick über die wesentlichen Werbebestimmungen für Apotheker:innen gegenüber Verbraucher:innen gegeben werden.

Was ist bei den eingesetzten Werbemitteln zu beachten?

Die Berufsordnung listet in § 19 alle durch Apotheker:innen einsetzbare Werbemittel (Schaufenster, Online-Werbung, Plakate, Kundenzeitung etc.) auf. Werbemittel, die in dieser Liste nicht angeführt werden, dürfen nur mit Zustimmung des Präsidiums der Österreichischen Apothekerkammer eingesetzt werden. Darüber hinaus ist auch Gemeinschaftswerbung mit Zustimmung der jeweils zuständigen Landesgeschäftsstelle der Apothekerkammer zulässig. Weiters wird in dieser Bestimmung geregelt, wie die Werbung unter Einsatz der angegebenen Werbemittel zu erfolgen hat. Beispielsweise dürfen Werbebriefe an Kund:innen nur mit deren Einwilligung versendet werden. Der Einsatz von Werbemitteln kennt auch örtliche Grenzen. So dürfen unter anderem Postwurfsendungen ohne Anschrift nur an Haushalte verteilt werden, die der aussendenden Apotheke näher als anderen Apotheken liegen. Werbung in Arztordinationen, Primärversorgungszentren, Kur- und Krankenanstalten sowie Alten-, Pflege- oder Behindertenheimen ist jedenfalls verboten.

Es ist daher ratsam, vor der Wahl eines Werbemittels zu prüfen, ob sich dieses in der



Julia Arztmann,
Rechtsanwältin bei FSM
Rechtsanwälte, fsm.law

Liste der erlaubten Mittel befindet und wie beziehungsweise wo dieses Werbemittel eingesetzt werden darf.

Werbemaßnahmen: Was ist zu beachten?

Unabhängig vom eingesetzten Werbemittel hat eine Apotheke sicherzustellen, dass auch der Werbeerhalt im Einklang mit den geltenden Vorschriften steht. Die Berufsordnung regelt in § 18, welche Werbemaßnahmen und -inhalte für Apotheker:innen unzulässig sind. Besonders hervorzuheben sind folgenden Bestimmungen:

- Die Berufsordnung verbietet Werbung, die nach Inhalt oder Aufmachung als marktschreierisch oder aufdringlich dem § 1 Abs. 6 Apothekenbetriebsordnung widerspricht. Marktschreierische Werbung ist dadurch gekennzeichnet, dass die Werbeaussage nicht wörtlich, sondern als nicht ernst zu nehmende Übertreibung aufzufassen ist. Marktschreierisch wäre beispielsweise die Aussage „zu billigen Preisen“ oder „beste Auswahl“.
- Werbung, die nicht wahrheitsgemäß oder unsachlich ist, sowie entstellende, irreführende oder nicht dem Stand der

Wissenschaft entsprechende Werbung ist ebenfalls untersagt. Verboten ist weiters vergleichende Werbung gegenüber Berufsangehörigen oder das Vortäuschen einer bevorzugten oder besonderen Stellung der eigenen Apotheke, der eigenen Person oder der Apothekenmitarbeiter:innen sowie Werbung, die den Eindruck erweckt, eine Apotheke habe im üblichen Aufgabengebiet der Apotheken Alleinstellung. Bezeichnungen wie „beste Apotheke“ sollten daher unterlassen werden.

Ähnliche Bestimmungen finden sich auch im Wettbewerbsrecht und in produktspezifischen Bestimmungen (AMG, MPG etc.). Es sollte daher geprüft werden, ob die eingesetzten Werbemaßnahmen und der Werbeerhalt allen berufsspezifischen und allgemein geltenden Vorschriften entsprechen.

Produktspezifische Werbeerhalte

Die Berufsordnung verbietet Werbung, die unter anderem den Werbebeschränkungen des Arzneimittelgesetzes, des Medizinproduktegesetzes, des Lebensmittelsicherheits- und Verbraucherschutzgesetzes sowie des Chemikaliengesetzes nicht entspricht.

Das Arzneimittelgesetz enthält eine Vielzahl von Werbebeschränkungen. Hervorzuheben ist insbesondere das Verbot der Laienwerbung für rezeptpflichtige Arzneimittel, für Arzneimittel, die nicht der Rezeptpflicht unterliegen, deren Name aber das gleiche Fantasiewort oder den gleichen wissenschaftlich üblichen Ausdruck wie der Name eines verschreibungspflichtigen Arzneimittels enthält, und für registrierte homöopathische Arzneispezialitäten. Aber auch bei der zulässigen Laienwerbung von Arzneimitteln sehen das Arzneimittelgesetz, das ASVG und die Berufsordnung Gebote und Verbote (wie etwa Min-

destangaben oder verbotene Elemente) vor, die Apotheker:innen unbedingt einzuhalten haben.

Ähnliche Bestimmungen finden sich im Medizinproduktegesetz. So dürfen Medizinprodukte, die einer ärztlichen Verschreibungspflicht unterliegen, bei Verbraucher:innen nicht beworben werden. Dasselbe gilt für Medizinprodukte, deren Anwendung durch Verbraucher:innen auf Grund der Gebrauchsanweisung nur im Zusammenhang mit einer ärztlichen oder zahnärztlichen Behandlung oder Überwachung erfolgen darf oder die ausschließlich dazu bestimmt sind, von Angehörigen der Gesundheitsberufe am/an der oder für den/die Patient:in angewendet zu werden. Auch hier werden die Erfordernisse und Verbote für eine erlaubte Laienwerbung im Medizinproduktegesetz geregelt (z. B. das Verbot, nahezu legen, dass die Wirkung einer anderen Behandlung oder einem anderen Medizinprodukt entspricht) und sind von Apotheker:innen einzuhalten.

Bei Lebensmitteln (hierunter fallen auch diätetische Lebensmittel und Nahrungsergänzungsmittel) ist es laut LMSVG verboten, solche mit zur Irreführung geeigneten Informationen in Verkehr zu bringen oder zu bewerben. Darüber hinaus ist das Verbot krankheitsbezogener Angaben zu beachten. Ausnahmen von diesem Verbot werden in der sogenannten Health-Claims-Verordnung geregelt, die eine Liste zulässiger Health

Claims beinhaltet. Bei diätetischen Lebensmitteln sind wahrheitsgemäße Angaben über den diätetischen Zweck hingegen zulässig. Weitere Werbebeschränkungen für Nahrungsergänzungsmittel sind in der Nahrungsergänzungsmittelverordnung enthalten. Die Werbung darf hier keinen Hinweis enthalten, mit dem behauptet oder der Eindruck erweckt wird, dass bei einer ausgewogenen, abwechslungsreichen Ernährung im Allgemeinen die Zufuhr angemessener Nährstoffmengen nicht möglich ist.

Für kosmetische Mittel sind nur solche krankheitsbezogenen Angaben zulässig, die sich auf einen der Begriffsbestimmung des kosmetischen Mittels entsprechenden Verwen-

dungszweck beziehen. In Bezug auf die Kennzeichnung und die Werbung von kosmetischen Mitteln wurden auf EU-Ebene detaillierte Kriterien für Werbeaussagen per Verordnungen festgelegt.

Die oben genannten Vorgaben sind von Apotheker:innen bei jeder Zurschaustellung ihrer Produkte, sei es im Schaufenster oder im Ofizin, zu beachten. Vor der Bewerbung eines Produktes sollte daher genau geprüft werden, welche produktspezifischen Vorschriften auf das Produkt anwendbar sind, welche Verbote zu beachten sind, ob Genehmigungen eingeholt werden müssen und welche Angaben bei der Bewerbung des jeweiligen Produktes zwingend erforderlich sind.

