

Änderungen des Heilmittelwerbegesetzes 2012

Am 30.10.2012 sind die Änderungen des Heilmittelwerberechts in Kraft getreten. Insbesondere der § 11 wurde gelockert. Nachzulesen u.a. hier:

www.wettbewerbszentrale.de

In der letzten Woche ist das 2. Gesetz zur Änderung arzneimittelrechtlicher und anderer Vorschriften in Kraft getreten (BGBl. I Nr. 50 vom 25.10.2012, Seite 2192). Neben dem Arzneimittelgesetz wurden zahlreiche andere Vorschriften, unter anderem das Heilmittelwerbegesetz (HWG) geändert. Zum Teil handelt es sich nur um redaktionelle Klarstellungen, zum Teil um eine Anpassung an europäische Vorschriften (Humanarzneimittelrichtlinie 2001/83/EG) oder an die Rechtsprechung des Europäischen Gerichtshofs.

Die wesentlichsten Änderungen hat dabei der Verbotskatalog des § 11 HWG erfahren. Einige Verbote wurden ganz gestrichen, etwa das Verbot, für Arzneimittel oder Verfahren mit Gutachten oder wissenschaftlichen Veröffentlichungen zu werben, Nummer 1 alter Fassung.

Das Verbot für „Vorher-Nachher-Abbildungen“ gilt nur noch für operative plastisch-chirurgische Eingriffe, § 11 Absatz 1 Satz 2 HWG.

Anm.: Dieser Entscheidung werden sich insbesondere Zahnärzte und Ärzte im ästhetischen Tätigkeitsfeld erfreuen, die z.B. Bleachingmethoden, Implantattechniken oder minimal invasive Behandlungsmethoden veranschaulichend mit Ergebnisbildern verdeutlichen und kommunizieren möchten.

Auch das Verbot, sich in Berufskleidung oder bei der Arbeit abbilden zu lassen, wurde gekippt (Nummer 6 alter Fassung). Der Arzt darf jetzt selbst im weißen Kittel werben und muss nicht seine Ehefrau vorschicken.

Anm.: Diese Aufhebung bestand schon seit längerer Zeit und wurde lediglich unterschiedlich ausgelegt. Nun ist es amtlich.

Allerdings gilt es hier, die neugefasste Vorschrift des § 11 Absatz 1 Satz 1 Nummer 2 zu beachten: Das generelle Verbot, mit ärztlichen oder anderen fachlichen Empfehlungen zu werben, gibt es in dieser Form nicht mehr. Das Verbot in seiner jetzigen Fassung knüpft an die Personengruppe an. Danach darf mit Angaben oder Darstellungen, die sich auf eine Empfehlung von Wissenschaftlern, von im Gesundheitswesen tätigen Personen oder anderen Personen, die aufgrund ihrer Bekanntheit zum Arzneimittelverbrauch anregen können, nicht geworben werden. Damit dürfte in Zukunft auch die Werbung mit Prominenten in der Arzneimittelwerbung grundsätzlich unzulässig sein.

Andere Verbote gelten nicht mehr generell, sondern nur dann, wenn die Darstellung in bestimmter Art und Weise erfolgt. So ist die Wiedergabe von Krankengeschichten zum Beispiel nur noch dann unzulässig, wenn diese in „missbräuchlicher, abstoßender oder irreführender Weise erfolgt.“ Erlaubt dürfte also in Zukunft die sachliche Darstellung eines Krankheitsverlaufes an einem Patienten sein. Von übertriebenen Darstellungen, die den Eindruck erwecken, ein bestimmtes Mittel oder Verfahren habe bereits bei einer Vielzahl von Patienten zu einer Heilung geführt, ist aber weiterhin abzuraten. Diese Schilderungen erwecken schnell den irreführenden Eindruck, dass das Mittel oder Verfahren zu einem sicheren Erfolg im Sinne einer Heilung oder Linderung führt. Gerade im Gesundheitsbereich kann man aber nicht mit pauschalen Erfolg Zusagen werben, da eine Heilung oder Linderung von zahlreichen Faktoren abhängt.

Wir halten Sie diesbezüglich auf dem Laufenden.

Quelle: Wettbewerbszentrale