

Geschäftsstelle
Kappelergasse 14
8001 Zürich

T +41 44 211 40 11
F +41 44 211 80 18
info@ks-cs.ch

ks/cs
Kommunikation Schweiz
Communication Suisse
Comunicazione Svizzera
Communication Switzerland

Zürich, 14. November 2018

Stellungnahme KS/CS Kommunikation Schweiz zur Anhörung der SGK-N vom 15. November 2018 betreffend



Umteilung der Arzneimittel der Abgabekategorie C in die Abgabekategorie B – neues Publikumswerbepot

Worum es geht

Als Folge der Heilmittelgesetzrevision wird ab Januar 2019 die Heilmittelkategorie C aufgelöst. Es gibt neu nur noch die Abgabekategorien A, B, D und E. Rund hundert Arzneimittel sollen anfangs Jahr von der ehemaligen Kategorie C in die Kategorie B umverteilt werden.

Was vom BAG und von Swissmedic unter der Überschrift «[Erleichterte Abgabe von rezeptpflichtigen Arzneimitteln](#)» offenbar als Vereinfachung und Liberalisierung gedacht war, erweist sich im zentralen Punkt der Bewerbung dieser Produkte als das pure Gegenteil: **Neu gilt für die von der ehemaligen Kategorie C in die Kategorie B umverteilten Produkte ein umfassendes Publikumswerbepot (vgl. Art. 14 der Arzneimittelwerbeverordnung, AWV)!**

Die Position von KS/CS Kommunikation Schweiz:

KS/CS Kommunikation Schweiz fordert für die von der ehemaligen Kategorie C in die Kategorie B umverteilten Arzneimittel die Umsetzung des gesetzlich vorgeschriebenen Werberegimes in der Arzneimittelwerbeverordnung, AWV, und damit die Beibehaltung der Zulässigkeit der Publikumswerbung für die fraglichen Produkte.

Argumentation KS/CS

1. Es fehlt an der notwendigen Begründung für einen solch radikalen Eingriff in die verfassungsmässig garantierte Wirtschafts- und Werbefreiheit.

Das für die betroffenen Produkte neu geltende totale Publikumswerbepot, das heisst die Beschränkung der Werbung auf den Adressatenkreis der Fachpersonen, bedeutet einen massiven Eingriff in die verfassungsmässig garantierte Wirtschafts- und Werbefreiheit (Art. 27 der Bundesverfassung der Schweizerischen Eidgenossenschaft, BV). Damit solche Eingriffe rechtmässig sind, bedarf es einer **gesetzlichen Grundlage**, eines **öffentlichen Interesses** und der **Verhältnismässigkeit des Eingriffs** (Art. 36 BV).

Von Seiten der Behörden wurde in keiner Erläuterung, in keiner Stellungnahme oder in keinem sonstigen Dokument auch nur ansatzweise eine Begründung gegeben, weshalb diese Konsequenz der Umverteilung den verfassungsmässigen Anforderungen genügen soll.





2. Die verfassungsmässigen Anforderungen an ein Verbot der Publikumswerbung sind nicht erfüllt.

Die Produkte, die per 1. Januar 2019 neu mit einem Verbot der Publikumswerbung belastet werden, sind dieselben wie vor dem 1. Januar 2019. Es gibt keinerlei Hinweise, dass die Zulässigkeit der Publikumswerbung für diese Produkte zu irgendwelchen Problemen in der Abgabe und im Konsum der fraglichen Heilmittel geführt hat. Damit **fehlt es offensichtlich am verfassungsmässig zwingend notwendigen öffentlichen Interesse**, an der zwingenden **Erforderlichkeit** und an der ebenfalls verfassungsmässig geforderten **Eignung** der neuen Einschränkung des betroffenen Verfassungsrechts zur Lösung eines klar definierten Problems.

Das Verbot von Publikumswerbung **widerspricht geradezu öffentlichen Interessen**. Obwohl die betroffenen Arzneimittel noch immer ohne ärztliche Verschreibung erhältlich sind, wird den Konsumentinnen und Konsumenten mit dem ihnen gegenüber neu statuierten Kommunikationsverbot der Zugang zu Informationen erschwert und damit der Wettbewerb unter diesen Medikamenten eingeschränkt, was wohl auch nicht im Sinne der Gesundheitskosten ist.

3. Es fehlt die notwendige gesetzliche Grundlage für die neue Werbebeschränkung.

Das Verbot der Publikumswerbung für Heilmittel der Abgabekategorie B und damit neu für die umverteilten Produkte findet sich in Art. 14 der Arzneimittelwerbeverordnung. Das **Heilmittelgesetz** hingegen hält in Art. 32 fest: «*Unzulässig ist die Publikumswerbung für Arzneimittel, die **nur auf ärztliche Verschreibung abgegeben** werden dürfen*».

Die von der Umverteilung betroffenen Medikamente können aufgrund der revidierten Arzneimittelverordnung (AWV) aber **auch in Zukunft durch den Apotheker ohne ärztliche Verschreibung** abgegeben werden. **Gemäss gesetzlicher Grundlage muss für die betroffenen Produkte Publikumswerbung demnach zulässig sein.**

4. Das neue Publikumsverbot ist ein offensichtliches Versehen und widersprüchlich.

Die obgenannten Tatsachen der fehlenden Begründung, der fehlenden Notwendigkeit etc. und des expliziten Widerspruchs zu den gesetzlichen Grundlagen lassen keinen anderen Schluss zu, als dass es sich hierbei um **ein offensichtliches Versehen in der Umsetzung der Heilmittelgesetzgebung** handeln muss, welches unverzüglich zu korrigieren ist.

Wer wir sind

KS/CS Kommunikation Schweiz ist der Dachverband der kommerziellen Kommunikation und ist 1925 als erster Verband der Werbewirtschaft gegründet worden. Seit 2010 leitet Ständerat Filippo Lombardi als Präsident den Verband.

KS/CS vertritt die Interessen der Werbeauftraggeber, der Werbe-, Direct-Marketing- und Mediaagenturen sowie der privaten wie öffentlich-rechtlichen Medienanbieter in allen wirtschaftlichen, rechtlichen und politischen Fragen der kommerziellen Kommunikation.

KS/CS Kommunikation Schweiz verteidigt die verfassungsmässig garantierte Kommunikationsfreiheit, ist sich gleichzeitig aber auch der sozialen Verantwortung der kommerziellen Kommunikation in einer freiheitlichen und selbstverantwortlichen Gesellschaft bewusst.

Die Branche repräsentiert einen volkswirtschaftlich essenziellen Wirtschaftszweig mit annähernd 22'000 Vollzeitstellen und einem Jahresumsatz von rund CHF 7.3. Milliarden.

