

Stellungnahme
zum Entwurf des Bundesrates eines Gesetzes zur Änderung des Gesetzes
über die Werbung auf dem Gebiet des Heilwesens (BT-Drs 15/4117)

**(13) Ausschuss für Gesundheit
und Soziale Sicherung**
Ausschussdrucksache
0868(8)
vom 04.05.2005

15. Wahlperiode

Die vorgesehene Anpassung des Heilmittelwerbegesetzes an die aufgrund neuerer Entwicklungen und Erfahrungen erforderlichen Umstände auch im Bereich des Arzneimittelwesens ist zu begrüßen. Dabei ist aber durch die Neuformulierung des § 12 Absatz 1 in Verbindung mit der Neuformulierung der Anlage zu § 12 eine Änderung der Rechtslage bezüglich der *Medizinprodukte* eingeführt worden, wonach jetzt auch für Produkte zur Erkennung von bösartigen Neubildungen nicht außerhalb der Fachkreise geworben werden darf. Diese frühere Einschränkung war aber bewusst durch die im Rahmen des 2. Gesetzes zur Änderung des Medizinproduktegesetzes vom 13. Dezember 2001 vorgenommene Änderung des HWG aufgehoben worden. Diese Änderung war sinnvoll und hat sich bewährt. Insofern sollte auch zukünftig diese Vorschrift, Anlage zu § 12 A Ziffer 2, für Medizinprodukte nicht gelten.

Ansonsten würden große Aufklärungsaktionen zur sekundären Vorsorge, hinzuweisen ist z. B. auf den Darmkrebsmonat, der jährlich von der Burda-Stiftung mit anderen Organisationen gemeinsam ausgerichtet wird, nicht mehr möglich sein, da hier für die Teilnahme an Vorsorgeuntersuchungen z. B. hinsichtlich des Darmkrebses die Öffentlichkeit sensibilisiert werden soll. Da diese Werbung sich aber an die Allgemeinheit richtet, wäre sie nach der vorgesehenen Neufassung nicht mehr zulässig. Dies ist nicht sinnvoll. Im Rahmen des Präventionsgesetzes wird gerade versucht, die Vorsorge als vierte Säule im Gesundheitswesen auszubauen und Aktionen, die dazu beitragen, Vorsorgeuntersuchungen auch und gerade im Bereich der Krebsvorsorge in Anspruch zu nehmen, sollten gefördert und nicht verhindert werden. Auch ist in den vier Jahren seit Bestehen der neuen HWG-Rechtslage in diesem Bereich kein Mißbrauch zu beobachten gewesen, so daß nicht ersichtlich ist, warum hier eine Änderung vorgesehen wird.

Wir regen daher an, den § 12 Absatz 1 wie folgt zu formulieren (die vorgeschlagenen Änderungen sind fett hervorgehoben):

„(1) Außerhalb der Fachkreise darf sich die Werbung **für Arzneimittel** nicht auf die Erkennung, Verhütung, Beseitigung oder Linderung der in Abschnitt A der Anlage zu diesem Gesetz aufgeführten Krankheiten oder Leiden bei Menschen beziehen, **für Medizinprodukte nicht auf die in Abschnitt A Ziffern 1, 3 und 4**, die Werbung für Arzneimittel außerdem nicht auf die Erkennung, Verhütung, Beseitigung oder Linderung der in Abschnitt B dieser Anlage aufgeführten Krankheiten oder Leiden beim Tier.“

Frankfurt am Main, den 3. Mai 2005
my/bm

Dierk Meyer-Lüerßen