

In der Schweiz ist Publikumswerbung für alle rezeptfrei erhältlichen Arzneimittel (sog. OTC-Präparate in Human- und Tiermedizin) grundsätzlich erlaubt. Das Schweizer Parlament und der Bundesrat haben allerdings zahlreiche Vorschriften für die Bewerbung dieser Produkte erlassen (Heilmittelgesetz [HMG; SR 812.21]; Arzneimittel-Werbeverordnung [AWV; SR 812.212.5]). Publikumswerbung für rezeptpflichtige Arzneimittel hingegen ist in der Schweiz verboten. Ausführliche Informationen erhalten Sie bei:

Swissmedic Schweizerisches Heilmittelinstitut
Hallerstrasse 7
Postfach
CH-3000 Bern 9
Telefon +41 31 322 02 11
Telefax +41 31 322 02 12
www.swissmedic.ch

Fragen zum Krankenversicherungsgesetz (KVG) und zur Verordnung über die Krankenversicherung (KVV) erhalten Sie bei:

Bundesamt für Gesundheit
Schwarzenburgstrasse 165
CH-3097 Liebefeld
Telefon +41 31 322 21 11
Telefax +41 31 322 95 07
www.bag.admin.ch

Wir haben für Sie die wichtigsten Vorschriften kurz zusammengefasst:

DEFINITION VON PUBLIKUMSWERBUNG

Als Publikumswerbung gelten Anpreisungen von Arzneimitteln, die sich an das Publikum richten. Dazu gehören insbesondere TV-Werbung, Zeitungs- und Zeitschrifteninserate, Plakate und Prospekte, Werbung in Radio, Kino und im Internet, Anpreisungen auf Gegenständen (T-Shirts, Regenschirmen usw.) sowie Gratismuster.

EINSCHRÄNKUNGEN UND HINWEISE

- Als unzulässige Publikumswerbung gelten alle irreführenden oder der öffentlichen Ordnung und den guten Sitten widersprechenden Anpreisungen von Arzneimitteln. Nicht gestattet ist ausserdem jede Werbung, die zu einem unzweckmässigen, übermässigen oder missbräuchlichen Einsatz von Arzneimitteln verleiten kann.
- Unzulässig ist Publikumswerbung für Arzneimittel, die nur auf ärztliche Verschreibung abgegeben werden dürfen oder die in der Schweiz nicht in Verkehr gebracht werden dürfen.
- Für pharmazeutische Spezialitäten, die in der Spezialitätenliste des Bundesamtes für Gesundheit aufgeführt sind, darf grundsätzlich keine Publikumswerbung betrieben werden.
- Das Arzneimittel muss sachlich zutreffend, ohne Übertreibung und im Einklang mit der von Swissmedic zuletzt genehmigten Arzneimittelinformation dargestellt werden. Insbesondere dürfen nur von Swissmedic genehmigte Indikationen oder Anwendungsmöglichkeiten beworben werden.
- Ein Arzneimittel, eine Indikation, eine Dosierung, eine galenische Form oder eine Packung darf während eines Jahres nach der Erstzulassung in der Schweiz als «neu» angepriesen werden. Aus der Information muss deutlich hervorgehen, worauf sich dieses Attribut bezieht.

REGELUNG BEZÜGLICH TV-WERBUNG

- Der Werbeauftraggeber (bzw. dessen Media- oder Werbeagentur) reicht zu Arzneimitteln der Abgabekategorien C und D bei Swissmedic in einer ersten Phase ein Storyboard zur Beurteilung ein. Daraus muss der Ablauf (Bild, Ton und Text) der TV-Werbung klar ersichtlich sein. Nach positiver Beurteilung des Storyboards muss der Swissmedic in einer zweiten Phase die fertig produzierte TV-Werbung vorgelegt werden. Steht diese TV-Werbung im Einklang mit den werberechtlichen Bestimmungen der Heilmittelgesetzgebung, wird die TV-Werbung mit einer Verfügung bewilligt. Nähere Informationen finden Sie in der Veröffentlichung der Swissmedic «Vorkontrolle in der Publikumswerbung für Arzneimittel: Änderung der Bewilligungspraxis», Swissmedic Journal 1/2006, Seite 9 ff.
- Die Verfügung von Swissmedic geht zusammen mit dem Datenträger bzw. der TV-Werbesendung an publisuisse. Ohne diese Verfügung kann publisuisse keine TV-Werbung für Arzneimittel ausstrahlen lassen.
- Die Swissmedic-Nummer des Produktes muss bei der Werbezeitbestellung vermerkt sein. Ohne Swissmedic-Nummer kann publisuisse keine Werbezeit reservieren bzw. keine TV-Werbung fest buchen.
- Arzneimittel der Abgabekategorien C und D müssen in der TV-Werbung eindeutig als Arzneimittel dargestellt werden. Die TV-Werbung für diese Arzneimittel muss mindestens folgende Angaben enthalten:
 - den Präparatenamen (Marke) und den Namen der Zulassungsinhaberin,
 - mindestens eine Indikation oder Anwendungsmöglichkeit,
 - den Pflichthinweis gemäss Art. 17 Abs. 1 AWW
- Bei TV-Werbung für ein Produkt der Verkaufskategorien C und D muss am Schluss der Werbesendung der folgende Pflichthinweis eingeblendet und gleichzeitig von einem Off-Sprecher für den Fernsehzuschauer verständlich gesprochen werden:
 - Deutsch: «Dies ist ein Arzneimittel. Lassen Sie sich von einer Fachperson beraten und lesen Sie die Packungsbeilage.»
 - Französisch: «Ceci est un médicament. Demandez conseil à votre spécialiste et lisez la notice d'emballage.»
 - Italienisch: «È un medicamento. Rivolgersi allo specialista e leggere il foglietto illustrativo.»»

Dieser Pflichthinweis muss gut lesbar als Standtext auf einfarbigem Hintergrund eingeblendet werden und mindestens einen Drittel des Gesamtbildes aufweisen. Als Fläche des Gesamtbildes wird das durch die heute gebräuchlichen TV-Empfangsgeräte des Formats 4:3 oder 16:9 sichtbare Bild herangezogen. Diese Bildschirmdarstellung gilt als bildwichtiger Teil und entspricht 90% des technisch übertragenen Bildes. Weitere Informationen sind im Artikel 17, Absatz 1 der Arzneimittelwerbeverordnung (AWV) und aus der Veröffentlichung der Swissmedic «Publikumswerbung: Schlussbild in der Arzneimittelwerbung im Fernsehen und im Kino», Swissmedic Journal 1/2005, Seite 10 ff ersichtlich. Ergänzend zum Text kann ein deutlich erkennbares Standbild des angepriesenen Produktes in der Schweizer Verpackung gezeigt werden.