

II-13922 der Beilagen zu den Stenographischen Protokollen
des Nationalrates XVIII. Gesetzgebungsperiode

**BUNDESMINISTERIN**

für Gesundheit, Sport und Konsumentenschutz
DR. CHRISTA KRAMMER

A-1031 Wien, Radetzkystraße 2
Telefon: 0222/711 72
Teletex: 322 15 64 BMGSK
DVR: 0649856

• GZ 114.140/52-I/D/14/94

Herrn
Präsidenten des Nationalrates
Dr. Heinz FISCHER
Parlament
1017 Wien

07. JUNI 1994

6335/AB

1994 -06- 07

zu 6406 J

Die Abgeordneten zum Nationalrat Petrovic, Renoldner, Freunde und Freundinnen haben am 7. April 1994 unter der Nr. 6406/J eine schriftliche parlamentarische Anfrage betreffend Werbung für ein rezeptpflichtiges Medikament in Form eines "redaktionellen Beitrags" in einer Konsumentenzeitschrift eingebracht, die folgenden Wortlaut hat:

- "1. Entspricht der oben angeführte und beiliegende Artikel den Werbebeschränkungsnormen des Arzneimittelgesetzes?
2. Wenn nein, welche Schritte werden Sie unternehmen, um derartige versteckte Werbung in Zukunft zu verhindern?
3. Welche Schritte werden Sie im konkreten Fall unternehmen?
4. Falls der Artikel Ihrer Meinung nach dem Arzneimittelgesetz entspricht, wie begründen Sie dies?
5. Sind Sie bereit die in diesem Fall vorliegende Gesetzeslücke baldigst zu schließen?"

Diese Anfrage beantworte ich wie folgt:

- 2 -

Zu den Fragen 1 bis 5:

Es ist zwischen Arzneimittelwerbung und journalistisch gestalteten Artikeln zu unterscheiden. Werbung in Zeitungen ist z.B. eine bezahlte Anzeige. Als bezahlte Anzeige ist der angesprochene Artikel nicht ausgewiesen. Es ist daher zunächst davon auszugehen, daß die Zeitschrift den Artikel unter Berufung auf das verfassungsmäßig gewährleistete Grundrecht der Pressefreiheit als redaktionellen Beitrag wertet. Überdies ist im Artikel die Produktbezeichnung nicht genannt, obgleich auf Grund der gemachten Angaben das Arzneimittel eindeutig identifiziert werden kann.

Da die Zeitschrift "Ihr Einkauf" in erster Linie dazu dient, die Bevölkerung über Produkte zu informieren, befinden sich derartige redaktionelle Beiträge in großer Nähe zur Werbung. Bisher ist es aber in ähnlich gelagerten Fällen nie gelungen, den Werbecharakter derartiger Beiträge eindeutig nachzuweisen.

Der in der Einleitung der Anfrage angesprochene § 52 des Arzneimittelgesetzes ist im Februar 1994 in Kraft getreten. Nach dieser Bestimmung muß Laienwerbung so gestaltet sein, daß der Werbecharakter deutlich zum Ausdruck kommt. Die Beurteilung, inwieweit diese neue Vorschrift derartige journalistisch gestaltete Artikel in Zeitschriften, die überwiegend der Produktinformation dienen, hintanhaltend können, wird den Verwaltungsstraßenbehörden und letztendlich den Höchstgerichten obliegen. Auf den Anlaßfall kann die genannte Bestimmung jedenfalls noch nicht zur Anwendung gebracht werden.

Sollte es sich erweisen, daß die Werbebestimmungen des geltenden Arzneimittelrechts keine ausreichende Handhabe bieten, könnte eine diesbezügliche Änderung für die nächste Arzneimittelgesetznovelle erwogen werden.

