

Bundestags-Petition
„Arzneimittelwerbung stärker regulieren“
Für die Weiterentwicklung des Heilmittelwerbegesetzes

Der Deutsche Bundestag möge beschließen, dass

das Heilmittelwerbegesetz (HWG) dahingehend konkretisiert und weiterentwickelt wird, dass die Bevölkerung vor irreführender und Angst erzeugender Werbung für Arzneimittel, Impfstoffe und Medizinprodukte effektiv geschützt wird. Denn irreführende Werbung kann zum Mehr- und Fehlgebrauch solcher Präparate und Medizinprodukte führen. Darüber hinaus müssen Einträge von Arzneimitteln und deren Transformations-\\Abbauprodukte in die Ökosysteme verhindert werden.

Dies wird erzielt durch

- eine Erweiterung des HWG-Wirkungsbereiches auf Informationen zu Erkrankungen, die den Nutzen eines konkreten Produktes nahelegen, selbst wenn dieses Produkt nicht namentlich genannt wird.
- eine Erhöhung der Bußgelder auf einen für pharmazeutische und Medizinproduktehersteller spürbaren Maximalbetrag.

Begründung

1. Während die pharmazeutische Industrie früher Werbekampagnen für Erkrankungen („Prä-Diabetes“, Libidoverlust der Frau, Fettstoffwechselstörungen) in der Laienpresse lancierte, um dadurch ihre Produkte besser verkaufen zu können, gibt es in den letzten Jahren zunehmend Werbekampagnen, die **für einzelne rezeptpflichtige Arzneimittel außerhalb von Fachkreisen** also direkt bei den Patientinnen und Patienten werben.

Prominente Beispiele hierfür sind z. B. Plakate von Pharmafirmen, die mit Bildern von entstellten Kindern oder Erwachsenen mit angsterzeugenden Hauthausschlägen für Impfungen gegen Hirnhautentzündung oder Gürtelrose werben. Ganz aktuell wirbt beispielsweise die Firma Novo Nordisk auf einer Webseite, die sich an Übergewichtige richtet (www.ueber-gewicht.de), für ihre „Abnehm-Spritzen“.

Juristischer Knackpunkt ist, dass der Name des Arzneimittels/Impfstoffs nicht genannt wird, aber meist nur ein einziges Präparat gegen die Erkrankung in Deutschland dafür zugelassen ist. Da diese bewusst angsterzeugenden Werbungen auch als Videoclips in sozialen

Netzwerken, auf Videoplattformen, aber auch in Zeitungen und im Radio ausgespielt werden, wenden sich viele Menschen an ihre Hausärztinnen und Hausärzte mit der Sorge, dass sie selbst oder ihre Kinder dieser Erkrankung zum Opfer fallen könnten.

Das Heilmittelwerbegesetz verbietet deshalb Werbung zu verschreibungspflichtigen Arzneimitteln außerhalb von Fachkreisen aus gutem Grund. Beispiele wie die Bewerbung von Opioiden in Amerika, die zu fast einer Million Todesfällen geführt hat, belegen die Sinnhaftigkeit eines Verbots von Laienwerbung für Medikamente eindrücklich.

Nach unserer Auffassung muss das Heilmittelwerbegesetz dahingehend angepasst werden, dass der aktuell stark zunehmenden Laienwerbung durch die oben genannte Hintertür wirksam im Sinne des Verbraucherschutzes begegnet werden kann.

2. Auch die **Einträge von teilweise rezeptfreien Arzneimitteln** und deren Transformations-\\Abbauprodukte in die Gewässer haben ein besorgniserregendes Maß angenommen und beeinträchtigen nachweislich Ökosysteme und damit die Lebensgrundlage von uns Menschen. Werbung mit überzogenen Wirkversprechen trägt zum Mehrgebrauch bei. Ein typisches Beispiel sind Diclofenacgele zum Auftragen auf die Haut bei Rückenschmerzen. Die Werbung suggeriert mehr Lebensqualität durch schmerzfreie Bewegung obwohl nur eine sehr begrenzte Wirksamkeit vorliegt. Lediglich etwa 6% des im Gel enthaltenen Diclofenacs werden über die Haut aufgenommen, über 90% werden ungenutzt über die Dusche oder das Waschbecken ins Abwasser gespült. Die heutigen Kläranlagen sind nicht in der Lage, Diclofenac und andere Spurenstoffe in ausreichendem Maße aus dem Abwasser zu entfernen. Diclofenac wurde vielfach in Konzentrationen, die nachweislich Umwelteffekte haben, in Gewässern sowie im Trinkwasser nachgewiesen.

Die Unterzeichnenden (siehe unten) rufen die zuständigen Ministerien auf, den Patient:innen- und Verbraucher:innenschutz sowie den Umweltschutz durch diese einfache gesetzgeberische Maßnahme zu verbessern.

Unterzeichnende der Petition:

