

# Arzneimittelwerbung und Kommunikation

## Rechtliche Grundlagen für die Arzneimittelwerbung unter Einbezug des PK bei der Werbung

**Hinweis:** ist praxisorientiert und wird in kleinen Gruppen durchgeführt für maximalen Praxistransfer.



### Rechtliche Grundlagen der Arzneimittelwerbung fachkundig und pharmaspezifisch vermittelt:

Sie gewinnen Sicherheit im Umgang mit dem Heilmittelgesetzes (HMG), der Arzneimittel-Werbeverordnung (AWV), der Verordnung über die Integrität und Transparenz im Heilmittelbereich (VITH) sowie den relevanten Bestimmungen des KVG und sie erhalten eine Übersicht über den Pharmakodex (PK). Sylvia Schüpbach, auf Pharma-Compliance spezialisierte Rechtsanwältin, Partnerin der Pharmalex GmbH sowie ehemalige Swissmedic Mitarbeiterin, weiss, worauf es ankommt im Pharma-Alltag.



### Verstösse verhindern und adäquat reagieren:

Sie verstehen, wie mögliche Verstösse und deren Konsequenzen gegen das HMG, die AWV, die VITH, das KVG und den Pharmakodex erkannt und vermieden werden können und wie die Werbung intern kontrolliert wird. Sie wissen, wie Sie adäquat reagieren bei einer Verstossmeldung und kennen die Prozesse im Vollzug der Gesetze durch die Swissmedic, das BAG und das PK-Sekretariat.



### Aus der Praxis für die Praxis:

Anhand von vielfältigen Beispielen erfahren und reflektieren Sie, wie die Arzneimittelwerbung und Kommunikation im Pharma-Alltag umgesetzt und gelebt wird, wie die interne Freigabe funktioniert und wie die Kommunikation mit dem Sekretariat des PK abläuft. Viele Tipps und Tricks erwarten Sie. Klären Sie Ihre Fragen mit der Expertin: Christa Spitznagel, Head of QA (FvP), Market Access, Regulatory Affairs & Compliance von Leo Pharmaceuticals.



### Spezielle Themen in der Arzneimittelwerbung und Kommunikation:

Kommunikation mit dem Fachpublikum und den Patientinnen und Patienten: E-Mails, Rep/MSL triggered E-Mails, Studienberichte, Wissenschaftliche Publikationen, Kongressberichte, Publireportagen, Public Relations (Produkte- und Firmen-PR), Patientenbroschüren, Pressemitteilungen, Redaktionelle Beiträge: Newsletter, Homepage, Verkaufsbroschüren für den Aussendienst, Disease Awareness.

## Arzneimittelwerbung und Kommunikation

Datum

**Donnerstag, 3. April 2025**

Zeit

**09.00 - 17.30**

Sprache

**Deutsch**

Art der Veranstaltung

**Seminar**

Ort

**Trafo Baden Kultur und Kongresszentrum**

Brown Boveri Pl. 1, 5400 Baden

[Lageplan](#)

### Anreise mit den öffentlichen Verkehrsmitteln

Wir empfehlen Ihnen die Anreise mit den öffentlichen Verkehrsmitteln, das Trafo Baden ist nur gerade 3 Gehminuten vom Bahnhof Baden entfernt.

### Anreise mit dem Auto

Das Parkhaus Trafo zählt 300 gedeckte Parkplätze. Bitte berücksichtigen Sie, dass das Parkhaus öffentlich ist und keine Parkplätze reserviert werden können. 1000 weitere Parkplätze finden Sie in nächster Nähe zum Trafo Baden

Kosten pro Person (exkl. MwSt.)

**CHF 980 .-** (für shqa Mitglieder)

**CHF 1'480 .-** (für Nichtmitglieder)

In diesen Kosten inbegriffen sind: Seminarpräsentation und Teilnahmebestätigung

## Kontaktpersonen



**Rebecca Siegmann**

+41 41 500 07 86



**Carla Roos**

+41 41 500 07 83

## Fortbildungsziele

- Einen Überblick über die rechtlichen Grundlagen für die Arzneimittelwerbung und den Pharmakodex gewinnen
- Den Aufbau und die Aufgaben der internen Werbekontrolle verstehen
- Mögliche Verstösse und deren Konsequenzen gegen das Schweizerische Heilmittelgesetz, die Arzneimittelwerbeverordnung und den Pharmakodex erkennen und verhindern
- Adäquat auf Verstossmeldungen reagieren

## Inhalt

### Programm

#### Rechtsgrundlagen

- Heilmittelgesetz (HMG),
- Arzneimittelwerbeverordnung (AWV)
- Verordnung über die Integrität und Transparenz im Heilmittelbereich (VITH)
- Krankenversicherungsgesetz (KVG)

#### Privatrechtliche Kodizes der Verbände

- Pharmakodex (PK), Pharma-Kooperations-Kodex (PKK)

#### Begriffe/Themen von HMG, AWV, VITH

- Geltungsbereich der AWV
- Information und Werbung
- Adressaten
- Anforderungen an die Werbung (mit Beispielen)
- Internet – beschränkter Zugang zu Werbung
- Pflichtangaben, Vergleiche, Erinnerungs- und Markenwerbung, Muster
- Veranstaltungen
- Aussendienst
- Unzulässige Werbung
- Ansprache interessierter Kreise
- Kontrolle der Werbung (intern und extern)

#### Die Regulierung der Werbung im Pharmakodex

- Begriffe und Grundsätze
- Allgemeine und inhaltliche Anforderungen
- Referenzen und Vergleiche
- Grundsätze für Veranstaltungen

## Vollzug und Kontrolle der Werbung durch Swissmedic und das PK-Sekretariat

### Unterlagen/Dokumente

- Arzneimittelinformation: Emails, Rep/MSL triggered Emails
- Studienberichte
- Wissenschaftliche Publikationen
- Kongressberichte, Publireportagen, Public Relations (Produkte- und Firmen-PR)
- Patientenbroschüren
- Pressemitteilungen
- Redaktionelle Beiträge: Newsletter, Homepage
- Verkaufsbroschüren für den Aussendienst

---

### Zielgruppen ^

- Ersteller von Werbemitteln für Health Care Professionals/Organisations
- Verantwortliche für Werbemittelkontrolle
- Business Unit Leiter
- Marketing- und Product Manager
- Mitarbeitende Medical Affairs
- Mitarbeitende aus Kommunikations- und Werbeagenturen
- Mitarbeitende aus dem Ausland, die sich im Schweizer Pharmamarkt Wissen aneignen möchten

---

### Dozentinnen & Dozenten ^



**Sylvia Schüpbach**

Rechtsanwältin und Partnerin  
Pharmalex GmbH



**Christa Spitznagel**

eMBA, Eidg. dipl. Apothekerin, Quality Manager  
DACH FvP, Compliance & Lead Market Access  
Schweiz  
Leo Pharmaceutical Products Sarath Ltd.

