

Änderung der Berufsordnung

Die Delegiertenversammlung der Österreichischen Apothekerkammer hat am 24. Juni 2021 einstimmig die folgenden Änderungen der Berufsordnung, erlassen mit Beschluss der Delegiertenversammlung vom 3. Dezember 2008, in der Fassung der Beschlüsse der Delegiertenversammlung vom 11. Juni 2012 und vom 30. November 2016, beschlossen:

1. In der Überschrift zu § 14 entfällt das Komma und das Wort „Nebengeschäfte“.
2. § 14 Abs. 2 entfällt, der bisherige Abs. 3. erhält die Absatzbezeichnung 2.
3. Im § 14 Abs. 2 wird am Satzanfang „Die“ eingefügt und die Wortfolge „und Nebengeschäftsliste sind“ durch „ist“ ersetzt.
4. Nach § 14 Abs. 2 wird folgender Abs. 3 angefügt:

(3) Ein Antrag auf Aufnahme eines neuen Spezialgebietes in die Spezialgebetsliste kann durch ein Mitglied oder Organ der Österreichischen Apothekerkammer gestellt werden. Wird über den Antrag nicht binnen 4 Wochen ab Antragstellung entschieden, gilt der Antrag auf Aufnahme des neuen Spezialgebietes als genehmigt.
5. § 15 samt Überschrift entfällt.
6. Am Ende des § 18 Abs. 3 Z 5 wird folgende Wortfolge angefügt: „sofern nicht eine schriftliche Genehmigung der Österreichischen Apothekerkammer gemäß Abs. 4 vorliegt.“.
7. § 18 As. 3 Z 6 entfällt, die bisherigen Z 7 bis 13 erhalten die Ziffern 6 bis 12.
8. Am Ende des § 18 Abs. 3 Z 12 wird der Punkt durch ein Komma ersetzt und folgende Wortfolge angefügt: „sofern nicht eine Registrierung als Versandapotheke gemäß § 59a Abs. 2 Arzneimittelgesetz vorliegt oder eine Versendung von Arzneimitteln aufgrund anderer Rechtsvorschriften zulässig ist, und“
9. An § 18 Abs. 3 Z 12 wird folgende Z 13 angefügt:

13. jede Art der Werbung in Arztordinationen, Primärversorgungszentren, Kur- und Krankenanstalten sowie Alten-, Pflege- oder Behindertenheimen.

10. An § 18 Abs. 3 wird folgender Abs. 4 angefügt:

(4) Preiswerbung für Arzneimittel ist abweichend von Abs. 3 Z 5 zulässig, wenn dafür eine schriftliche Genehmigung der Österreichischen Apothekerkammer vorliegt. Die Genehmigung kann auf Antrag eines Mitgliedes oder Organs der Apothekerkammer durch das Präsidium der Apothekerkammer erteilt werden, wenn

- 1. es sich um eine bundesweite Werbeaktion handelt, an welcher sämtliche Apotheken in Österreich teilnehmen können oder um eine Werbeaktion in einem Bundesland, an welcher sämtliche Apotheken im jeweiligen Bundesland teilnehmen können. Bei abgegrenzten Werbeaktionen eines Bundeslandes hat das Präsidium die zuständige Landesgeschäftsstelle anzuhören.**
- 2. die Bewerbung der Arzneimittel ein gesundheitspolitisches Interesse verfolgt und kein unsachgemäßer Mehrverbrauch der beworbenen Arzneimittel zu befürchten ist.**

11. Im § 19 Abs. 1 Z 1 ist die Wortfolge „und auf der Apotheken-Homepage“ durch „sowie mittels Aufdrucken auf Werbegeschenken“ ersetzt.

12. Im § 19 Abs. 1 Z 4 wird die Wortfolge „Informationstafeln und“ durch „Informations- oder Werbetafeln,“ ersetzt, nach dem Wort „Anschlagen“ wird die Wortfolge „und digitalen Werbeflächen“ angefügt. Am Ende des § 19 Abs. 1 Z 4 entfallen das Komma und die Wortfolge „nicht jedoch in Arztordinationen oder Krankenhäusern“.

13. In § 19 Abs. 1 Z 6 wird nach dem Wort „auf“ die Wortfolge „apothekeneigenen Fahrzeugen sowie“ eingefügt.

14. An § 19 Abs. 1 Z 7 werden folgende Z 8 und 9 angefügt:

- 8. Online auf einer Website der Apotheke, auf Händlerportalen sowie einer Profilseite der Apotheke auf Websites sozialer Netzwerke. Eine Verlinkung des Online-Auftritts einer Apotheke zu einer fremden Website ist zulässig, wenn ein sachlicher Zusammenhang zur Apotheke besteht;**
- 9. Online mittels Einschaltung einer Apotheke in Internet-Werbeportalen, Blogs, Internet-Apps, Internet-Werbebanner, Newslettern sowie mittels bezahlter Höherreihung des eigenen Links in Suchmaschinen.**

15. § 19 Abs. 2 entfällt und wird durch folgenden Abs. 2 ersetzt:

(2) Werbung auf Sponsorartikeln im Rahmen einer Sponsortätigkeit der Apotheke für kulturelle, soziale, sportliche oder wissenschaftliche Zwecke ist mit den in Abs. 1 genannten Werbemittel ungeachtet des Verbreitungsgebietes zulässig.

16. Im § 20 wird die Wortfolge „drei Monaten“ durch „vier Wochen“ ersetzt.

Erläuterungen

Zu Z 1 bis 3 (§ 14):

Eine „Nebengeschäftsliste“ wurde bis dato nie durch das Präsidium erlassen. Künftig soll auf Nebengeschäfte und deren Angebot generell verwiesen werden können, ohne dass diese in einer Liste genannt sein müssen. Eine Grenze bei zulässigen Nebentätigkeiten wird ohnehin durch § 10 normiert, sodass die Einschränkung der Nebengeschäfte in § 14 entfallen kann.

Zu Z 4 (§ 14 Abs. 3):

Die Aufnahme neuer Spezialgebiete in die Spezialgebetsliste soll erleichtert werden. Jedes Mitglied oder Organ der Apothekerkammer ist antragsberechtigt. Über einen Antrag soll rasch binnen vier Wochen entschieden werden, andernfalls der Antrag als genehmigt gilt.

Zu Z 5 (§ 15):

§ 15 wird im Zuge der Novellierung der Werbemittel in § 19 ersatzlos gestrichen. Veranstaltungsankündigungen sind somit künftig mit allen Werbemitteln möglich, die nicht gemäß § 19 verboten sind. Unabhängig davon wird der zulässige Werbeinhalt weiterhin durch § 18 beschränkt.

Zu Z 6 und 10 (§ 18 Abs. 1 Z 5 und Abs. 4):

Vor dem Hintergrund, dass der VfGH selbst das bisher geltende absolute Preiswerbeverbot des § 18 Abs 3 Z 5 BO hinsichtlich des Rechts auf die Meinungsäußerungsfreiheit und Erwerbsausübungsfreiheit als verfassungskonform angesehen hat, ist davon auszugehen, dass auch die novellierte Regelung diese Rechte nicht verletzt. Das Ausmaß der Rechtfertigung einer Regelung ist nämlich von der Intensität des Eingriffs in den Schutzbereich des Grundrechts abhängig (vgl. Öhlinger/Erberhard Verfassungsrecht 2014 RZ 717). Die novellierte Bestimmung greift weniger intensiv in die Grundrechte ein, indem sie Preiswerbung unter bestimmten

Bedingungen zulässt, welche unerwünschte gesundheitspolitische Folgen wie Mehrverbrauch und Fehlgebrauch von Arzneimitteln verhindern sollen.

Der Gleichheitssatz verbietet jede unsachliche Differenzierung und damit Ungleichbehandlungen ohne sachliche Rechtfertigung (vgl. Holoubek in Korinek/Holoubek/Bezemek/Fuchs/Martin/Zellenberg Österreichisches Bundesverfassungsrecht 14 Lfg Art 7/1 S 1, 2 B-VG RZ 103, 109). Allgemein gilt, dass Ausnahmebestimmungen Sonderregeln schaffen und im Lichte des Gleichheitssatzes kritisch hinterfragt werden müssen. Da somit nicht jede Ausnahmeregelung die verfassungsrechtlichen Bedenken gegen die Ausgangsregelung beseitigen kann und auch allenfalls geplante Sonderregelungen in die Grundrechte eingreifen können, muss die Novellierung der BO dem Gleichheitsgrundsatz entsprechen. Es sprechen jedoch sehr gute Gründe für die Sachlichkeit der Ausnahmeregelung.

Der Apothekerschaft wurde die öffentliche Aufgabe der ordnungsgemäßen Arzneimittelversorgung auferlegt. Diese Aufgabe liegt im öffentlichen Interesse bzw. bildet einen vernünftigen Grund für die gesetzlichen Beschränkungen. Um diese Aufgabe sorgfältig erfüllen zu können, haben die Apotheker*innen die in der BO festgelegten Verpflichtungen zu beachten. Sie sind verpflichtet, die Ehre und das Ansehen der Apothekerschaft zu wahren und sich gegenüber Angehörigen des Berufsstandes kollegial zu verhalten. Dies alles trägt dazu bei, dass die Bevölkerung in die Integrität des Berufsstandes vertrauen kann. Die Bevölkerung muss weiters darauf vertrauen können, dass sich die Apothekerschaft nicht von Gewinnstreben beherrschen lässt. Da Arzneimittelpreiswerbung nur im Rahmen einer Gemeinschaftswerbung erfolgen darf und ein gesundheitspolitisches Interesse verfolgen muss, ist davon auszugehen, dass mit der geschaffenen Ausnahmebestimmung weiterhin dem verfassungsrechtlichen Gleichheitsgrundsatz sowie den Zielsetzungen des Apothekerkammergesetzes und der Berufsordnung entsprochen wird.

Der Rahmen der Genehmigung (zeitliche Geltungsdauer, Höhe des Rabatts etc.) muss im Beschluss des Präsidiums festgelegt werden.

Zu Z 7 (§ 18 Abs. 3 Z.6):

Die bisherige Beschränkung, wonach Werbung mit Preisnachlässen nur für bestimmte Marken erfolgen darf, erscheint zur Erreichung der Ziele der Berufsordnung nicht erforderlich und wurde daher ersatzlos gestrichen.

Zu Z 8 (§ 18 Abs. 3 Z 12):

Die Ergänzung berücksichtigt die arzneimittelgesetzliche Möglichkeit des Fernabsatzes mit rezeptfreien Humanarzneimitteln und trifft Vorsorge für allfällige weitere gesetzlich zulässige Möglichkeiten.

Zu Z 9 (§ 18 Abs. 3 Z13):

Das Verbot der Werbung in Arztordinationen und Krankenhäusern war bisher in § 19 Abs. 1 Z. 4 geregelt.

Zu Z 12 (§ 19 Abs. 1 Z 4):

Werbung auf digitalen Werbeflächen (LED-Wänden), die mit Videos oder Bildern hinterlegt ist, aber nicht mit Ton begleitet wird, ist einer Plakatwerbung gleichzusetzen und daher für Apotheken zulässig.

Zu Z 14 (§ 19 Abs. 1 Z 8 und 9):

Die bisherigen Beschlüsse des Präsidiums zur zulässigen Online-Werbung wurden nun in die taxative Aufzählung aufgenommen:

Eine Profilseite der Apotheke auf Websites sozialer Netzwerke, wie z.B. Facebook oder Twitter ist zulässig.

Ein Webauftritt von Apotheken auf einem Händlerportal ist als zusätzliche Webseite einer Versandapotheke zulässig, wenn der Versandhandel mit Arzneimitteln gemäß § 59a AMG und der Fernabsatz-Verordnung zulässig ist, die dort vorgesehen Auflagen strikt eingehalten werden sowie eine Registrierung der Apotheke bei der AGES erfolgt ist.

Auch eine Verlinkung zur Apotheke von einer fremden Profilseite, wenn ein sachlicher Zusammenhang besteht, z.B. Profil eines Einkaufszentrums, der Einkaufsstraße oder der Gemeinde, in der die Apotheke situiert ist, und die sonstigen Bestimmungen der Berufsordnung eingehalten werden, ist zulässig.

Einschaltungen einer Apotheke in Internet-Werbeportalen oder Blogs, Internet-Apps und Internet-Werbepbanner sind zulässig, wenn alle rechtlichen Voraussetzungen, insbesondere die Werbungs- und Absenderkennzeichnung, die sonstigen Bestimmungen der Berufsordnung, insbesondere § 18 über die unzulässige Werbung und § 21 hinsichtlich des Rechts des Kunden auf freie Wahl der Apotheke, beachtet werden. Wirkt daher eine Einschaltung nach ihrem Inhalt oder ihrer Aufmachung, Form oder Größe marktschreierisch oder aufdringlich, ist sie unzulässig.

Apothekenwerbung in Suchmaschinen durch bezahlte Höherreihung des eigenen Links im Suchergebnis ist zulässig.

Zu Z 15 (§ 19 Abs. 2):

Sponsortätigkeit (Sponsoring), beispielsweise für kulturelle, soziale, sportliche oder wissenschaftliche Zwecke, sofern diese überhaupt als Werbung zu qualifizieren bzw. mit einer Werbung verbunden ist, ist Apotheken grundsätzlich erlaubt. Apothekenwerbung im Rahmen des Sponsorings ist aber nur mit Werbemitteln gemäß § 19 Abs. 1 zulässig.

Abweichend von der bisherigen Rechtslage darf auch im Rahmen des Sponsorings die Nennung der Apotheke z.B. im Rahmen einer Anzeige in Druckschriften oder auf Eintrittskarten oder auch auf Plakaten oder Informationstafeln sowie in Form der Bandenwerbung erfolgen, auch wenn die Apotheke nicht die nächstgelegene vom Werbeort ist. Das Sponsoring kann auch auf der Apothekenwebsite beworben werden. Rundfunk- und Fernsehwerbung inklusive der Werbung in hausinternen TV-Kanälen (z.B. in einem Krankenhaus) ist einer einzelnen Apotheke auch im Rahmen eines Sponsorings nicht gestattet.

Eine besondere Form des Sponsorings regelt Abs. 1 Z 6 (Apothekenwerbung in oder auf Fahrzeugen für Sanitäts- und Sozialdienste als Hinweis auf die Unterstützung der Sanitäts- und Sozialdienste). Darüber hinausgehend ist Fahrzeugwerbung im Rahmen des Sponsorings nicht möglich.