

Erg. Arzneimittelverordnung (V-Entwurf)

Art. "VH4" Nachversand

- 1 Der Nachversand unterliegt keiner Bewilligungspflicht
- 2 Nachversand liegt vor, wenn
 - a. das Arzneimittel nicht unmittelbar an die ärztliche Konsultation oder das Beratungsgespräch durch die Apothekerin oder den Apotheker an die Patientin oder den Patienten abgegeben werden kann und in der Folge per Versand zugestellt wird;
 - b. die behandelnde oder die beratende Medizinalperson der Patientin oder dem Patienten Arzneimittel im Rahmen einer ihnen bekannten Indikation zusenden, die eine längerdauernde Therapie erfordert.
- 3 Die Kantone ergreifen die erforderlichen Massnahmen, um Missbräuche im Nachversand zu vermeiden.
- 4 Das Institut informiert beim Verdacht von Missbräuchen den betroffenen Kanton

Arzneimittel-Werbeverordnung (V-Entwurf)

Art. 1 Geltungsbereich

- 1 Diese Verordnung regelt die Werbung für verwendungsfertige Arzneimittel der Human- und der Veterinärmedizin.
- 2 Sie gilt nicht für:

- a. das Packungsmaterial und die Arzneimittelinformation;
- b. Verkaufskataloge und Preislisten, sofern diese keine medizinischen Angaben über Arzneimittel enthalten;
- c. Informationen allgemeiner Art über die Gesundheit oder über Krankheiten, sofern sich diese weder direkt noch indirekt auf bestimmte Arzneimittel oder Arzneimittelgruppen beziehen.

Art. 2 Begriffe

- 1 Im Sinne dieser Verordnung gilt als
 - a. Arzneimittel: Das verwendungsfertige Arzneimittel.
 - b. Arzneimittelwerbung: Alle Massnahmen zur Information, zur Marktbearbeitung und zur Schaffung von Anreizen, welche zum Ziel haben, die Verschreibung, die Abgabe, den Verkauf, den Verbrauch oder die Anwendung von Arzneimitteln zu beeinflussen.
 - c. Publikumswerbung: Arzneimittelwerbung für nicht verschreibungspflichtige Arzneimittel, welche sich an das Publikum richtet.
 - d. Fachwerbung: Arzneimittelwerbung für Arzneimittel, die sich an zur Verschreibung oder Abgabe berechnete Fachpersonen richtet. Dazu gehört die Werbung für Arzneimittel, welche nur auf ärztliche Verschreibung abgegeben werden dürfen oder nach ihrer Zusammensetzung und Zweckbestimmung so beschaffen oder konzipiert sind, dass sie ohne Tätigwerden eines Arztes oder einer Ärztin für die entsprechende Verschreibung oder Behandlung nicht verwendet werden können.

Art. 4 Arten von Fachwerbung

Als Fachwerbung gelten Anpreisungen von Arzneimitteln wie:

- a. Anzeigen in Fachzeitschriften und anderen Drucksachen für Fachpersonen;
- b. Anpreisungen auf Gegenständen;
- c. Anpreisungen mittels Einsatzes von audiovisuellen Mitteln und anderen Bild-, Ton- und Datenträgern und Datenübermittlungssystemen, insbesondere im Internet;
- d. Anpreisungen anlässlich von Verkaufsförderungstagungen oder wissenschaftlichen Veranstaltungen;
- e. Sendungen und Promotionsmaterial.

Anlagefondsgesetz (AFG, SR 951.31)

Art. 1 Zweck

Dieses Gesetz bezweckt den Schutz des Anlegers.

Art. 2 Begriffe

¹ Der Anlagefonds ist ein Vermögen, das aufgrund öffentlicher Werbung von den Anlegern zur gemeinschaftlichen Kapitalanlage aufgebracht und von der Fondsleitung in der Regel nach dem Grundsatz der Risikoverteilung für Rechnung der Anleger verwaltet wird.

² Als öffentlich gilt ohne Rücksicht auf die Form jede Werbung, die sich nicht bloss an einen eng umschriebenen Kreis von Personen richtet. Die bestehende Kundschaft eines Unternehmens gilt nicht zum vornherein als eng umschriebener Personenkreis.

Art. 22 Bewilligungspflicht

¹ Wer gewerbsmässig Anteile eines Anlagefonds anbietet oder vertreibt, ohne der Fondsleitung oder der Depotbank anzugehören, bedarf dazu einer Bewilligung der Aufsichtsbehörde.

...

Art. 45 Bewilligung

¹ Wer gewerbsmässig Anteile ausländischer Anlagefonds in der Schweiz oder von der Schweiz aus anbietet oder vertreibt, bedarf dazu einer Bewilligung der Aufsichtsbehörde.

...

Anlagefondsverordnung (AFV, SR 951.311)

Art. 1a Gewerbsmässiges Anbieten oder Vertreiben von Anlagefonds
(Art. 2 Abs. 1, 22 Abs. 1, 45 Abs. 1 AFG)

Gewerbsmässiges Anbieten oder Vertreiben von Anteilen von Anlagefonds im Sinne der Artikel 22 und 45 des Gesetzes liegt vor, wenn für die Anlagefonds öffentlich geworben wird.

(Mai 2001)