

Verband Deutscher Zeitschriftenverleger

Anmerkungen zur

Publick Consultation: Legal Proposal on Information to Patients (European Commission, Enterprise and Industry Directorate-General, Consumer goods, Pharmaceuticals, Deadline: 7 April 2008)

Einleitung

Der VDZ Verband Deutscher Zeitschriftenverleger ist die Dachorganisation der deutschen Zeitschriftenverleger und ihrer Online-Angebote. Ihm gehören ca. 400 Verlage an, neben Medienhäusern wie Hubert Burda Media, Axel Springer Verlag, Bauer Verlag, Gruner + Jahr und Spiegel-Verlag eine Vielzahl kleiner und mittelständischer Unternehmen, die weit über 95 % der Mitgliedschaft ausmachen. Die Mitglieder des VDZ geben insgesamt über 3000 Zeitschriftentitel heraus und verkörpern damit rund 90 % des deutschen Zeitschriftenmarktes. Dabei steigt der Anteil ergänzender elektronischer Ausgaben sowie eigenständiger elektronischer Angebote kontinuierlich an. Zeitschriften behandeln in klassischer Form wie online alle Themen, die Menschen interessieren. Selbstverständlich gehören dazu auch die für fast jeden Menschen im Laufe seines Lebens relevanten Themen Gesundheit, Krankheit und Heilbehandlung.

Der VDZ nimmt gerne die Gelegenheit wahr, Anmerkungen zur o. g. Konsultation zu machen.

Die deutschen Zeitschriftenverleger teilen die zunehmend verbreitete Einschätzung, dass im Zuge der wachsenden Herausforderungen an die Gesundheitssysteme auch die Information der Patienten über rezeptpflichtige Arzneimittel und Behandlungsmethoden verbessert werden muss. Eine erhöhte Eigenbeteiligung und -verantwortung der Bürger erscheint unumgänglich, setzt aber den mündigen und informierten Patienten voraus. Wenn immer mehr Arzneien aus der Erstattungsfähigkeit herausfallen, das Informationsbedürfnis der Patienten stetig steigt und zudem Kosten in Milliardenhöhe auf unzureichende Informationen über den richtigen Umgang mit verschriebenen Medikamenten zurückzuführen sind, bedarf der geltende restriktive Rechtsrahmen für Patienteninformationen der Verbesserung.

I. Print-Medien müssen qualitativ hochwertige und zuverlässige, validierte Informationen verbreiten dürfen

Wird qualitativ hochwertige, zuverlässige und validierte Information legalisiert, gibt es keinen überzeugenden Grund, Print-Medien die Verbreitung dieser Informationen zu untersagen. Ist – um im Beispiel zu sprechen – eine solch konkrete Information mit oder ohne Illustrationen anhand der einschlägigen Standards und der Beurteilung der zuständigen Stellen inhaltlich angemessen und legal, muss es möglich sein, die Information auch in Zeitschriften und anderen Print-Medien veröffentlichen zu lassen.

Wir unterstützen deshalb mit Nachdruck den in der Konsultation vorgeschlagenen Ansatz, nach dem eine nach den einschlägigen Qualitätskriterien und dem entsprechenden Verfahren als werbefrei zulässige Information diesen Charakter selbstverständlich auch dann behält, wenn sie in einer Zeitschrift veröffentlicht wird. Was als Informationsblatt Information (und nicht Werbung) ist, ist Information (und nicht Werbung) auch dann, wenn es als Information in einer Zeitschrift veröffentlicht wird.

Wir halten dieses Konzept auch für das einzig Zulässige. Jede Unterscheidung dahingehend, eine anhand der einschlägigen Kriterien und ggf. Verfahren für zulässig erachtete Information bspw. wegen des Verbreitungsweges Presse plötzlich als (unzulässige) Werbung anzusehen, lässt sich nicht rechtfertigen.

Darüber hinaus ist zu berücksichtigen, dass im Medienvergleich insbesondere Printmedien und Zeitschriften für Informationen über Gesundheit und Krankheit eine wichtige Rolle spielen.

Auch die Kommission hat bereits 2007 im Berichtsentwurf vom 19.4. richtig festgehalten: „Patients indicate a preference for structured and concise information, clear headings, important sections highlighted, short blocks of text and a good index“ (S. 13, 2. Absatz Berichtsentwurf vom 19.04.2007). Das ist die Beschreibung einer informativ guten Print-Seite. Die unmittelbar anschließende Schlussfolgerung, es gebe keine klare Präferenz für bestimmte Medien, ist also insofern nicht vollständig überzeugend, als offenbar die typische Print-Information durchaus positiv geschätzt werden.

Dass gerade das Medium Print die Informationsbedürfnisse von relevanten Patientengruppen sehr gut erfüllt, belegt eindrücklich die Studie: „Patient Empowerment ... Information behaviour among cancer patients“ (Fn. 12 zum o. g. Berichtsentwurf).

Die Studie hat untersucht, inwieweit acht typische Informationsquellen wie „Oncology“, „Print“, „General practitioner“, „Self-help-group“, „Internet“ etc. im Urteil von Krebspatienten Informationsbedürfnisse anhand der Kriterien „comprehensive“, „clear and understandable“, „correct and high quality“, „helped in coping with the illness“, „on the whole satisfactory“ erfüllen (Fn. 12 zum Berichtsentwurf).

Die Studienergebnisse sprechen für sich. Print steht als Informationsquelle in der Kategorie „comprehensive“ gemeinsam mit „oncology“ an erster Stelle vor „internet“ (S. 5 der Studie aus Fn. 12). Bei dem Kriterium „clear and understandable“ liegt „Print“ (als erstes Medium) an dritter Stelle hinter „oncology“ und „self-help-group“ weit vor „internet“ (6. Stelle, S. 5 der Studie). In der Kategorie „correct and high quality“ findet sich Print an zweiter Stelle knapp hinter „oncology“, während „internet“ auf dem 6. Platz deutlich weniger gute Bewertungen erhält (S. 6 der Studie aus Fn. 12). Zum Thema „helped in coping with the illness“ steht „Print“ sogar an erster Stelle vor „self-help-group“ und „oncology“, während „internet“ sich erst auf Platz 6 findet (S. 6 der Studie). Auch bei „overall satisfaction“ teilen sich „oncology“ und „print“ die Plätze 1 und 2, während „internet“ nachrangig auf Platz 5 landet.

Es wäre nicht begründbar, sollte das für die Informationsbedürfnisse der Patienten wichtige Medium Print anderweitig legale hochwertige, zuverlässige, validierte Gesundheitsinformationen nicht transportieren dürfen.

II. Zuordnung von Zeitschriften zu „pushed Information“.

Die in der Konsultation offenbar gewählte Zuordnung von Print-Medien zu dem ohnehin nicht zwingenden Begriff der sog. „Push“-Medien erscheint fragwürdig.

Lesen ist schon seiner Art nach keine passive Rezeption „gepushter“ Bewegtbild- oder Tonfolgen. Leser wählen Zeitschriften nach ihren Bedürfnissen aus und nehmen nur zur Kenntnis bzw. lesen, was sie interessiert.

Wer also beispielsweise eine Zeitschrift zu Gesundheitsthemen oder in einer Zeitschrift Inhalte zu Gesundheitsthemen zur Lektüre auswählt, sieht sich keiner „gepushten“ Information gegenüber, sondern nimmt (oder zieht) sich heraus, was ihm gefällt.

Hinzu kommt, dass Leser vielfach Geld für die von ihnen konkret ausgewählte Zeitschrift zahlen, was ebenfalls die Auswahl und Herrschaft des Lesers über die von ihm gelesenen Inhalte verdeutlicht.

Bei all dem von „Information passively received by citizens“ zu sprechen (S. 6 der Konsultation) ist nicht überzeugend.

Dennoch ist die Schlussfolgerung, dass Information in Zeitschriften erlaubt werden muss, völlig zutreffend.

III. Verfahren des Monitoring

Wir sind der Ansicht, dass statt der in der Konsultation benannten ko-regulierten Kontrolle ein System aus vorheriger freiwilliger Selbstkontrolle mit der Möglichkeit nachträglicher staatlicher Kontrolle bei Verstößen bei andauernder Anpassung der maßgeblichen Qualitätskriterien im Bedarfsfall mindestens ebenso gute, wenn nicht bessere Ergebnisse als eine ko-regulierte Vorabkontrolle erreichen kann.

Berlin, im April 2008

Verband Deutscher Zeitschriftenverleger
www.vdz.de

Haus der Presse
Markgrafenstraße 15
D-10969 Berlin

Tel.: +49 (0)30 72 62 98 120
c.fiedler@vdz.de